

Universidade Técnica de Lisboa
Instituto Superior de Economia e Gestão

Proposta Trabalho Final Mestrado – Dissertação

**“QUOTA DE MERCADO E O SEU IMPACTO NA
RENTABILIDADE BANCÁRIA: CASO DO MERCADO BANCÁRIO
NACIONAL”**

Lisboa, 28 de Fevereiro de 2011

Cláudio Jorge Martins de Sá
Mestrado Finanças – Instituições bancárias
ISEG/UTL

Prof^a. Maria Teresa Medeiros Garcia
Prof^o. Doutor Jorge Júlio Landeiro de Vaz
Júri Dissertação Mestrado

Prof^a. Doutora Maria de Nazaré Rala Esparteira Barroso
Orientadora Tese de Mestrado

Índice

1 - Introdução.....	11
2 – Revisão de Literatura	14
3 - Contextualização do tema	28
3.1 - Enquadramento indústria bancária portuguesa	28
3.2 – Evolução indústria bancária portuguesa.....	29
3.3 – Introdução temática da quota de mercado	30
3.4 – Indicador de rentabilidade	31
4 – Base de dados e método estatístico.....	34
4.1 – Tipo e amostra da base de dados	34
4.2 – Limitações e erros amostrais	37
4.3 – Indicador de correlação	38
4.4 – Definição hipótese de estudo.....	40
4.5 – Recolha e tratamento dos dados	41
5 – Resultados e discussão	43
5.1 – Análise prévia dos dados.....	43
5.2 – Relacionamento entre activo líquido e <i>return on equity</i>	44
5.3 - Relacionamento entre crédito a clientes e <i>return on equity</i>	46
5.4 – Relacionamento entre recursos de clientes e <i>return on equity</i>	47
5.5 – Relacionamento entre postos de atendimento e <i>return on equity</i>	48
5.6 – Relacionamento rubricas anteriores – mercado concentrado	50
5.7 – Relacionamento entre activo líquido, crédito a clientes e recursos de clientes.....	52
6 – Conclusão	54
6.1 – Relacionamento entre QM e ROE.....	54
6.2 – Relacionamento entre QM e ROE – mercado concentrado.....	55
6.3 – Investigações futuras	59

Anexo I - Instituições Bancárias.....	61
Anexo II - Ilustrações	62
Anexo III - Tabelas.....	66
Anexo IV - Equações.....	85
Referências Bibliográficas.....	87

Índice de Ilustrações

Ilustração 1 - QM e ROE	62
Ilustração 2 - Evolução ROE e PIB (2004 - 2009)	62
Ilustração 3 - Concentração AL (2004 – 2009)	63
Ilustração 4 - Concentração CC (2004 – 2009)	63
Ilustração 5 - Concentração RC (2004 – 2009)	64
Ilustração 6 - Concentração SL (2004 – 2009)	62
Ilustração 7 - Concentração PA (2004 – 2009)	63

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Estratégias versus QM.....	668
Tabela 2 - Associação ROE e PIB (2004 – 2009)	66
Tabela 3 - Coeficiente Correlação	70
Tabela 4 - ABP \ AL (2004 – 2009)	71
Tabela 5 - APB \ CC (2004 – 2009)	72
Tabela 6 - APB \ RC (2004 – 2009)	70
Tabela 7 - APB \ PA (2004 – 2009)	74
Tabela 8 - APB \ ROE (2004 – 2009).....	75
Tabela 9 – Correlação AL \ ROE (2004 – 2009).....	76
Tabela 10 - Correlação CC \ ROE (2004 – 2009)	77
Tabela 11 - Correlação RC \ ROE (2004 – 2009)	78
Tabela 12 - Correlação PT \ ROE (2004 – 2009)	79
Tabela 13 – Correlação AL \ ROE (2004 – 2009) - concentrado	80
Tabela 14 - Correlação CC \ ROE (2004 – 2009) - concentrado.....	81
Tabela 15 - Correlação RC \ ROE (2004 – 2009) - concentrado.....	82
Tabela 16 - Correlação PT \ ROE (2004 – 2009) - concentrado	83
Tabela 17 - Correlação AL \ CR (2004 – 2009)	84
Tabela 18 - Correlação AL \ RC (2004 – 2009)	85
Tabela 19 - Correlação CR \ RC (2004 – 2009)	86

Índice de Equações

Equação 1 - Rentabilidade Capitais Próprios	85
Equação 2 - Rentabilidade Activo Financeiro	85
Equação 3 - Rentabilidade Activo c/Base Cash-Flow	85
Equação 4 - Rentabilidade Capitais Próprios – Análise de Dupont	86

Agradecimentos

O presente estudo de investigação científica, dada a sua finalidade académica, possui a obrigatoriedade do seu desenvolvimento de forma individual. No entanto, existiram contribuições de natureza diversa que não podem ser negligenciadas, em função da sua extrema relevância.

Um agradecimento especial é devido à Professora Doutora Maria Nazaré Barroso, que prontamente aceitou a orientação deste trabalho, pelo estímulo e entusiasmo revelado e pelas críticas e sugestões relevantes.

À minha família pelo apoio e auxílio incondicional prestado, para além da compreensão tida face ao tempo dispendido na elaboração do presente estudo.

Por fim, aos meus amigos e colegas do Mestrado, pela excelente relação pessoal desenvolvida e sustentada, a qual se pretende sólida e duradoura.

A todos, os meus sinceros agradecimentos.

Resumo

O presente estudo de investigação científica possui uma evidente importância no contexto bancário nacional, visto que este permite prover uma orientação estratégica aos gestores destas instituições, em termos de QM e da forma como esta poderá (ou não) influenciar a rentabilidade das suas instituições, através de uma observação exploratória da temática evidenciada.

No desenvolvimento deste foi elaborada uma pesquisa profunda sobre as implicações que a QM possui na rentabilidade das instituições, não só sobre o caso concreto da indústria bancária mas também sobre uma panóplia de sectores de actividade, de forma a obter uma perspectiva global da temática, tendo tal proporcionado a base empírica necessária para a realização de várias inferências estatísticas pretendidas.

O propósito das inferências realizadas visa alcançar o objecto em estudo, ou seja, a análise do potencial relacionamento entre a QM, em termos de activo líquido, crédito a clientes, recursos de clientes e postos de atendimento e o *return on equitiy* das instituições bancárias nacionais e as suas implicações estratégicas. Para tal foram recolhidos dados económico-financeiros do mercado bancário nacional, concretamente, das instituições bancárias nacionais, da base de dados da Associação Portuguesa de Bancos nos exercícios económicos entre 2004 e 2009.

As diversas inferências estatísticas realizadas permitiram aferir a mesma conclusão, a qual postula a inexistência de qualquer tipo de associação, directa, entre a QM e o *return on equitiy* das instituições bancárias, em todas as vertentes de QM e em todos os exercícios económicos analisados.

As conclusões elaboradas permitem fornecer linhas de actuação credíveis às instituições bancárias, que pela direcção e intervenção dos seus gestores, necessitam de uma orientação estratégica extraordinariamente bem delineada, de forma a minimizar os impactos da conjuntura económico-financeira, não só em termos nacionais, mas também em termos internacionais.

Palavras-chave: QM; *return on equitiy*; activo líquido, crédito a clientes, recursos de clientes e postos de atendimento.

Abstract

This research study has an obvious importance in the national banking system, since it allows to provide strategic guidance to the managers of these institutions in terms of market share and how it may (or not) influence the profitability of their institutions, through an exploratory observation of the issue highlighted.

In developing of this, a deep research about the implications of market share in the profitability of the institutions was done, not only about the case of the banking industry but also about a large range of sectors, in order to obtain an overview of the issue, and this provide the empirical basis to process various statistical inferences wanted

The purpose of inferences aims was to achieve the object of study, this is, the analysis of the potential relationship between the market share in terms of net assets, customer loans, customer resources and service centers and the return on equity of national banking institutions and their strategic implications. For that were collected economic and financial national banking market data, specifically, the national banking institutions, on the database of the Portuguese Association of Banks in the financial years between 2004 and 2009.

The statistical inferences realized enabled to measure the same conclusion, which postulates the absence of any direct association between the market share and return on equity of banking institutions in all aspects of market share and in all accounting periods analyzed.

The conclusions provide a line of action for the manager of the banking institutions, because they need a extraordinarily well designed strategic to minimize the impacts of economic and financial climate, not only nationally, but also in international terms.

Key Words: Market share; return on equity; net assets, loans to customers, deposits from customers and service points.

1 - Introdução

O presente estudo de investigação científica demarca-se no panorama bancário nacional, visto que permite uma observação exploratória sobre o objecto do estudo, isto é, faculta uma observação que procura explicar a existência (ou não) de uma relação de associação entre quota de mercado (QM) e rentabilidade das instituições bancárias.

Este possui como objectivo capital proporcionar uma orientação estratégica para os gestores bancários, em termos de QM, concretamente, através da disponibilização de informação para que estes possam delinear, eficientemente, estratégias de actuação que consigam cumprir, de forma eficaz, os objectivos estratégicos das suas instituições.

A informação que se pretende colocar à disposição dos gestores e das suas instituições é a razão primordial para a elaboração do presente estudo, o qual subsiste na integral compreensão do potencial impacto, directo, que a QM das instituições possui na sua rentabilidade. Nomeadamente, será procurado aferir o grau de associação entre a QM, em termos de activo líquido, crédito a clientes, recursos de clientes e postos de atendimento, e o *return on investment* (ROE) que cada instituição possui.

O contexto em que foi realizado o presente estudo caracteriza-se por uma conjuntura macroeconómica e microeconómica severamente preocupante para Portugal, visto ainda que possui um crescimento do Produto Interno Bruto nulo ou mesmo negativo, segundo os últimos dados do Instituto Nacional de Estatística, visto que qualquer emissão de dívida soberana possui um *spread* incomportável, fruto da pressão e desconfiança internacional, onde os investidores estão a esperar o *default* do país, visto que a taxa de endividamento é crítica e visto que as políticas orçamentais estipuladas pelo governo não se encontram, prontamente, a surtir qualquer tipo de efeito em termos económico-financeiros. Mediante este panorama, existe a possibilidade de o país possa sofrer uma intervenção do Fundo Monetário Internacional, o qual traria benefícios mas também fortes restrições para Portugal e para os portugueses.

O contexto bancário nacional não pode ser indissociável do contexto português, visto que se influenciam mutuamente. O panorama bancário nacional caracteriza-se por extremas dificuldades de financiamento das instituições bancárias causadas por uma conjuntura

macroeconómica adversa em termos económico-financeiros, como foi já referenciado, a qual afecta, inequivocamente, a actividade bancária regular. A problemática do financiamento assume especial relevância neste contexto, visto que as instituições bancárias não conseguem obter financiamento junto do mercado nacional ou junto do mercado internacional, em função da falta de confiança e credibilidade nas mesmas, pelo que o Banco Central Europeu (BCE) é obrigado a intervir. Esta questão verifica-se desde o primeiro semestre de 2010, onde a expansão da actividade do sistema bancário nacional foi financiada, essencialmente, pelo recurso às operações de política monetária do BCE a taxa fixa e com satisfação integral da procura, segundo o relatório de estabilidade financeira de Novembro de 2010, do Banco de Portugal.

A repercussão deste facto no cliente bancário foi um aumento do *spread* colocado ao mesmo, bem como um aumento da dificuldade no recurso ao crédito bancário.

Analísado, de forma breve, o contexto quer nacional quer bancário no qual se enquadra o presente estudo, novamente se exalta a sua relevância, visto que este irá permitir, não obstante às problemáticas referenciadas em termos conjunturais, uma orientação estratégica relevante num período contornado por negativismo e receio.

A revisão empírica realizada aponta, maioritariamente, para a existência de uma relação de associação entre a QM e a rentabilidade das instituições, contudo poucas foram as fontes de análise cujo objecto fosse a indústria bancária, nem tão pouco se constatou uma tipologia de estudo semelhante sobre a indústria bancária nacional. A profundidade da revisão empírica realizada permitiu identificar que, em geral, os autores apontam as operações de concentração estratégica, entenda-se as fusões e/ou as aquisições, como veículo para um incremento da QM e assim alavancar a rentabilidade das suas instituições, assumindo uma relação directa e por demais evidente entre ambas.

O presente estudo procura aferir o potencial relacionamento, directo, entre a QM e a rentabilidade das instituições bancárias, pelo que, em analogia com qualquer outro estudo estatístico, foi definida uma hipótese de teste, pelo que definiu como H_0 : “Não existe associação/relação entre a QM e a rentabilidade das instituições bancárias”.

O objecto do presente reside na percepção da existência e mensuração da relação existente (ou não) entre QM e Rentabilidade das instituições bancárias. Tal necessidade pautou a escolha do método estatístico que se considerou como mais apropriado para explicar o objecto: a Correlação. O indicador de Correlação irá permitir mensurar a associação, directa, existente entre QM e Rentabilidade, bem como aferir a sua relevância estatística. Salienta-se que a QM irá ser analisada tendo em conta as rubricas de crédito a clientes, recursos de clientes, activo líquido e postos de atendimento, e a rentabilidade será mensurada através do ROE das instituições bancárias.

A base de dados que serviu para o presente estudo foi desenvolvida pela Associação Portuguesa de Bancos, sendo construída de forma anual com informação agregada de todas as instituições bancárias nacionais, e o horizonte temporal da análise estatística baliza os exercícios económicos de 2004 a 2009, contendo assim um número de 6 exercícios económicos, onde são utilizadas as contas consolidadas à data de 31 de Dezembro do final de cada exercício.

As conclusões que serão apresentadas irão procurar auxiliar os gestores bancários na construção e orientação dos desígnios estratégicos das suas instituições, visto que este estudo irá sistematizar informação relativa à associação entre QM e rentabilidade, em primeiro lugar, e relativa à desagregação das rubricas de QM e rentabilidade em activo líquido, crédito a clientes, recursos de clientes e postos de atendimento, e ROE, respectivamente.

2 – Revisão de Literatura

O estudo tido como principal base empírica para o desenvolvimento do presente estudo de investigação científico foi desenvolvido Buzzell, Gale and Sultan (1975), onde estes postulam, de forma ampla, implicações directas e unívocas entre rentabilidade e QM. Desta forma, toda a matéria presente no estudo identifica e sustenta o facto de que a QM possui influência significativa na rentabilidade das instituições.

Logicamente, a teoria defendida pelos autores assenta na percepção de que as instituições que possuem uma QM superior, num determinado mercado em que se inserem, possuem igualmente um nível de rentabilidade superior face aos demais *players* com uma QM inferior.

A base de dados recolhida, construída e utilizada pelos autores deu origem a uma metodologia que vem sendo utilizada correntemente e constantemente otimizada, a qual se designa-se por *Profit Impact on Market Strategies*¹, tendo sido criada por Buzzell and Shcofler (1971-74). Neste caso concreto, esta procura identificar e mensurar o impacto que as estratégias delineadas pelos gestores, em função da QM das suas instituições, possuem impacto na rentabilidade das instituições.

A observação dos resultados estatísticos obtidos pelos autores permite referir que, em média, à medida que se obtém uma QM superior, o nível de rentabilidade é igualmente superior. Dissecando os resultados, o estudo aponta que, para uma diferença de 10% na QM, as instituições obtêm um acréscimo de 5% de rentabilidade², como se pode constatar na Ilustração 1.

O estudo assume contornos mais profundos quando os autores procuram assinalar factores evidentes para a relação directa aferida. Essa pesquisa levou à identificação de um conjunto de três factores que, na perspectiva dos mesmos, são válidos para explicar a relação, contudo os autores não excluindo a hipótese de mais factores explicativos.

¹ A metodologia PIMS, de acordo com Lancaster and all (2002), foi desenvolvida com a intenção de fornecer evidências empíricas que permitissem arquitectar estratégias empresariais de sucesso, dentro de determinadas indústrias.

² Medida em função do ROE.

O primeiro factor explicativo apontado pelos autores são as economias de escala, conceito que pressupõe benefícios, ao nível da aquisição, produção, marketing e outros custos operacionais, à medida que o nível de produção aumenta. Intimamente associado a este conceito emerge um outro que complementa a explicação, a curva de experiência. Este conceito foi criado e desenvolvido até aos dias de hoje pela BCG³ (1968 e 1970), que defende que, por via de um nível de um aumento significativo da produção, o custo relacionado com essa mesma produção tende a diminuir. Depreende-se, do focado pelos autores, que através de uma QM superior será possível obter um volume de facturação superior, o que associado ao conceito de economias de escala e curva de experiência permite obter um custo inferior na produção e consequentemente uma rentabilidade superior.

O segundo factor explicativo sugerido pelos autores assenta no poder de mercado, do qual se pressupõe que instituições com uma quota natural⁴ superior, isto é, uma distribuição territorial mais abrangente ao nível da distribuição e comercialização, possuem também uma QM superior, e portando uma rentabilidade superior⁵.

Por fim, o último factor explicativo salientado pelos autores é, simplesmente, a qualidade da gestão das instituições. Subsiste a ideia, entre diversos autores⁶, que gestores eficientes procuram atingir o objectivo estratégico inicialmente delineado, em termos da QM das suas instituições, procura que se encontra assenta na crença de que uma QM superior proporciona uma maior rentabilidade. Paralelamente, se possui a percepção de que gestores eficientes possuem um conjunto de características fulcrais, portanto relevantes para atingir os níveis de QM desejados, e que com estas é possível cumprir os objectivos definidos para a QM das suas instituições.

Porém, os autores referem que as explicações propostas não são generalistas nem exclusivas para definir a relação que existe entre QM e Rentabilidade.

³ *The Boston Consulting Group*, fundada em 1963 em Boston, Estados Unidos América;

⁴ Expressão utilizada para traduzir uma posição geográfica de uma determinada instituição, em termos de proximidade do cliente final.

⁵ Este ponto encontra-se também focado por Bain (1968).

⁶ Leia-se pelos autores em questão e por Bain (1968).

Os resultados estatísticos apurados pelos autores demonstraram quatro diferenças entre QM superiores e inferiores: à medida que a QM aumenta, a margem das vendas aumenta exponencialmente, fruto do impacto da curva de experiência; as instituições com uma QM superior tendem a possuir uma maior capacidade na fixação de condições de *pricing*; à medida que a QM aumenta tendem a diminuir os custos relacionados com o marketing; por fim, as instituições que se caracterizam por serem líderes de mercado tendem a possuir estratégias competitivas focalizadas para a manutenção do mesmo nível de quota, não produzindo qualquer iniciativa de incremento ou diminuição de quota.

Feeny and Mark (2000) postulam que existe uma associação entre QM e rentabilidade e que uma QM superior a 40% proporciona, em média, uma rentabilidade superior a 30%, segundo políticas de concentração empresariais.

Conlisk and Smallwood (1979) afirmam que as marcas, enquanto representativas das instituições, segundo os autores, que possuem uma QM superior terão, potencialmente, níveis de rentabilidade superior. A lógica exclamada por estes assenta na percepção de que uma QM elevada oferece um nível de confiança ao cliente bastante mais elevado do que a média do mercado em que as marcas/instituições se inserem. A consequência no mercado desta observação dos autores é a instalação de um preço final mais elevado para o cliente, o que proporciona às marcas/instituições um retorno superior do que as marcas/instituições com menor QM.

Szymanski, Bharadwaj and Varadarajan (2009) na sua pesquisa identificaram e referenciaram o que já anteriormente havia sido salientado por autores anteriores⁷, isto é, a existência de uma relação entre QM e rentabilidade, a qual é bem postulada por factores claros que espelham a magnitude dessa relação. Estes autores observaram que, em média, a QM possui um efeito positivo na rentabilidade, contudo a magnitude da relação observada, medida por um indicador de correlação, é moderada⁸.

⁷ Leia-se Conlisk and Smallwood (1979).

⁸ No entanto os autores salientam alguns erros na especificação do modelo, pelo que os resultados puderam possuir algum enviesamento.

No modelo desenvolvido, os autores estipulam um conjunto de factores como fulcrais para as instituições que pretendam incrementar a sua rentabilidade por via da relação entre esta e QM, sendo que os mesmos se pautam por desígnios estratégicos.

O primeiro factor estabelecido pelos autores assenta na concentração da indústria⁹, onde logicamente se deduz que quanto maior for este grau, maior será a QM entre os *players* nessa mesma industria. A concentração das instituições proporcionará uma QM superior, e consequentemente também uma rentabilidade superior. Por outro lado, os autores referem que esta relação poderá ser manipulada por alguns concorrentes na indústria, o que poderá levar à existência de monopólios segundo Domowitz, Hubbard and Patersen (1986).

O segundo factor realçado pelos autores são as taxas de crescimento do mercado, onde não entender destes, uma taxa de crescimento mais elevada é, geralmente, sinónimo de uma atractividade superior no mercado, pelo que o número de *players* a pretenderem sediar-se nesses mercados deverá ser também elevado. Este factor segue contra o estipulado pelos autores no primeiro factor, dado que um grau de concentração mais elevado pressupõe a existência de um número de *players* inferior no mercado, lógica que não se adequa a este segundo factor. Não distanciando a análise da temática em questão, é de salientar que os autores tomaram em consideração o estudo de Buzzell and Gale (1987), concretamente a observação que um mercado com taxas de crescimento, potenciais ou reais, elevadas proporciona um contexto de concentração empresarial é também elevado, visto que um mercado com um conjunto de concorrentes elevado gera, em geral, QM inferiores, e portanto níveis de rentabilidade inferiores.

O terceiro factor a que os autores fazem referência é a largura da linha de produtos que as instituições possuem. Na perspectiva destes, é razoável esperar que o fornecimento de uma vasta linha de produto proporcione uma QM superior, dado que o cliente terá mais opções sobre as quais tomar uma decisão, o que por si espelha uma relação positiva entre QM e rentabilidade. Os autores referem ainda que quanto maior for a extensão da linha de produtos, menor será o risco

⁹ Onde se depreende o domínio de um mercado por uma parcela reduzida de *players*.

de erosão da QM actual, bem como proporcionará uma maior cobertura face a investidas de concorrentes no sentido de alargamento da sua linha de produtos¹⁰.

Por último, os autores referem a importância da publicidade e esforço da força de vendas as instituições como factores fulcrais para a sustentabilidade da QM, dado que a qualidade com que estes se desenvolvem é percebida pelo consumidor, e tal é sinónimo de decisões de consumo futuras, portanto, QM. Contudo, de um ponto de vista operacional, os autores focam no seu estudo que esta última componente pode proporcionar custos associados elevados, pelo que exigem um controlo rigoroso da gestão para que a relação existente entre QM e rentabilidade possa permanecer positiva.

Ritz (2005) salienta que os objectivos estratégicos, quando definidos tendo uma componente de actuação ao nível da QM, são fundamentais para qualquer orientação empresarial bem delineada, especialmente em sectores nos quais os gestores prestam particular enfoque à posição hierárquica que as suas instituições ocupam na indústria em que se inserem, algo que Kerr (1975) também postula. Salienta-se que, em concordância com autores anteriores, este sustenta a sua pesquisa na crença na existência de uma relação positiva entre QM e rentabilidade.

Mantendo a lógica deste último, Fershtman and Judd (1997) definiram a noção de incentivos de equilíbrio, a qual estabelece que, num contexto de mercado concorrencial, o vínculo contratual dos indivíduos encarregues pela gestão estratégica das instituições devida ser postulado em função de objectivos claros de QM, tendo porém implicações em duas vertentes: uma remuneração em função de objectivos estabelecidos *à priori* em termos de QM; e objectivos ao nível de facturação de produtos/serviços. Esta noção determina ainda que os incentivos podem ser benéficos, de um ponto de vista competitivo, entre os gestores das instituições e que portando na busca da maximização do lucro estes procurariam incrementar a QM das instituições.

¹⁰ Este ponto foi também focado por Rao and Rutenber (1979).

Algumas instituições, em sectores particulares, assumem esta crença como visão estratégica de contratação/incentivação dos gestores encarregues pela sua direcção estratégica. Este tipo de acordos possibilita as entidades um maior grau de focalização para os objectivos de QM dos seus gestores, assumindo de forma categórica que uma maior QM pressupõe maiores lucros, ou seja, maior rentabilidade. Os vínculos contratuais, na perspectiva dos autores, devem possuir incentivos remuneratórios fixados em função de objectivos de QM, os quais proporcionam uma gestão acutilante e focalizada nos objectivos definidos¹¹.

Numa perspectiva mais comportamental, Weiss (1968) desenvolve um estudo que no qual conclui e adopta uma posição semelhante à opinião destacada por autores anteriores, visto que o autor identifica no mercado a noção de que o comportamento do cliente proporciona modificações na QM, e portando na rentabilidade das instituições.

As decisões de consumo são baseadas em factores económicos e psicológicos, aspectos podem e devem, na perspectiva do autor, ser manipulados, por parte das instituições, no intuito de obter um nível de QM superior. Esta noção de influência sobre as decisões de consumo, e consequentemente, na QM, é materializada em instrumentos como o preço do bem/serviço, esforços de publicidade empregues, quer ao produto quer institucionalmente, disponibilidade, de um pronto de vista geográfico, da força de vendas, e das características psicológicas do bem/serviço.

Segundo o autor, a teoria económica e o amplo conhecimento de estratégias de marketing dita que o preço e a publicidade são os factores que maior impacto causam nas decisões de consumo, pelo que estes serão os pontos a trabalhar por parte da gestão das instituições a quando de decisões de QM, possuindo sempre o enfoque na Rentabilidade.

Paralelamente à explicação do autor, salienta-se Kuehn and Weiss (1962) que afirmam que a interacção entre preço e publicidade provocam um incremento na QM, por via do impacto que estas possuem nas decisões de consumo dos clientes. O seu argumento assenta na percepção de que tendo um maior esforço ao nível da publicidade empregue, o que obviamente se

¹¹ Facto que proporciona um saneamento face a estratégias dos competidores da empresa.

repercutirá em termos do preço, se alcançarem os objectivos de QM de uma mais rápida, pelo que é necessária uma optimização constante destas duas variáveis.

A linha comportamental da temática continua com o estudo com de Vilar (2004) que afirma que a imagem corporativa é fundamental para a manutenção de uma QM que proporcione resultados satisfatórios.

O marketing é enfocado pelo autor como forma de familiarizar o consumidor com determinado aspecto organizacional, para que este se torne ou se mantenha fidelizado. Mediante o contexto concorrencial bancário, o autor salienta que a identificação do consumidor com elementos determinantes da imagem organizacional é fundamental para que possa existir uma sustentabilidade da QM das instituições, e que portanto não deve ser ignorado do ponto de vista estratégico. Na perspectiva do autor, e segundo Le Blanc and Nguyen (1996), de entre o conjunto de dimensões determinantes de imagem organizacional surgem três áreas de actuação da gestão estratégica para que se possa ser alcançado o objectivo de QM. Estas áreas de actuação a que o autor se refere são a reputação, o serviço, e a identidade da marca.

No que concerne ao primeiro caso, o autor faz referência que ao facto de que a reputação se definir pela consistência e fiabilidade das acções praticadas ao longo de uma relação comercial com o cliente, o que por sinal é instrumento para assegurar a sustentabilidade de decisões de consumo futuras, de onde se depreende a interacção com a QM e rentabilidade.

No segundo caso, o autor salienta que, em relação ao contexto do mercado bancário, o serviço (ou a qualidade do serviço) se depreende pela percepção de qualidade que o cliente sustenta, de onde novamente se conclui um instrumento de sustentabilidade de decisões de consumo futuras e portanto da QM.

Por último, no tocante à identidade da marca, o autor refere que esta é somente a familiaridade que o cliente desenvolve com a instituição, sendo também este um instrumento de sustentabilidade de decisões de consumo futuras e consequentemente da QM. Instrumentos estratégicos com o marketing surgem também como forma relevante de incremento da QM, pois

são amplamente importantes na comunicação da marca e no estabelecimento da sua identidade, factores que ganham relevância face à concorrência, segundo Metwally (1993).

Fisher, McGowan and Greenwood (1983), postulam que as empresas com habilidade superior e prospecção de negócios melhor, possuem uma maior QM e consequentemente maiores lucros económicos, factos não induzidos pela maior concentração e nível de rendibilidade da indústria.

Por fim, salienta-se Campisi, Mancuso and Nastasi (2001) visto que estes postulam que as instituições que procuram investir em planos de investigação e desenvolvimento com vista a maximizar a sua QM por via de uma melhor eficiência operacional, atingem o resultado de forma célere, ou seja, um incremento da sua QM e assim da rentabilidade das instituições.

A pesquisa empírica realizada demonstrou que diversos autores apontam para a existência de uma relação entre QM e rentabilidade das instituições, e que portanto o veículo para atingir uma QM mais elevada, são as operações de concentração empresarial.

Ghosh (2004) afirma que as operações de concentração empresarial proporcionam um incremento da QM e assim da sua rentabilidade, pelo que o valor das instituições aumenta igualmente, visto que o mercado percepçiona benefícios futuros em termos de eficiência.

Melnik, Shy and Stenbacka (2005) explicam no seu estudo que algumas estratégias cujo intuito é a modificação da QM das instituições¹² proporcionam a constatação de diversas operações de consolidação empresarial, as quais se materializam em operações de fusão e/ou aquisição.

Vieira (2010) define fusões como uma estratégia através da qual duas empresas concordam em integrar as suas operações, sendo que estas possuem direitos de propriedade independentes *à priori*. O mesmo autor define aquisições como uma estratégia através da qual uma empresa integra em si a empresa alienada, de forma a integrar as operações desta nas suas próprias operações. O que define e distingue um processo de fusão de um processo de aquisição,

¹² No caso concreto do aumento, dado que as estratégias de manutenção e diminuição não pressupõem esta questão.

é o facto de que as segundas operações compreendem a aquisição e manutenção do capital, segundo Welton and all (1990). Desta forma, Matos e Rodrigues (2000) refere que as fusões podem verificar-se quando uma das sociedades preexistente absorve o património das restantes, que se extinguem, ou uma nova sociedade absorve o património de todas as sociedades pré-existentes, extinguindo-se. Valente (1999) faz a distinção entre as operações em questão através da manutenção ou não dos accionistas de uma das empresas, sendo que nas fusões todos os accionistas permanecem na nova empresa, enquanto nas aquisições os accionistas de um das empresas deixam de permanecer na nova empresa integrada.

Assumindo e retomando a lógica de Melnik, Shy and Stenbacka (2005) e de outros autores anteriormente referidos¹³, se uma determinada instituição possui uma QM superior, por via de uma operação de concentração, esta terá também uma maior rentabilidade derivada dessa mesma concentração¹⁴. Mediante a sua percepção, o autor refere estas operações são instrumentos estratégicos atractivos para a gestão, visto que estas possibilitam a obtenção de uma QM mais elevada e esta proporciona uma rentabilidade superior.

Também Acín (1984) estipula que o processo de concentração num determinado sector traduz-se pelo incremento da dimensão relativa dos principais concorrentes presentes, normalmente, associado à redução do número de entidades presentes no mercado, algo que Jacquemim (1984) também postula no seu estudo.

No caso concreto do contexto bancário nacional, Silva (2009) constata-se que as principais operações de concentração no mercado são as fusões e aquisições, pelo existe necessidade de perceber se a evolução da QM no sector bancário proporcionou alguma rentabilidade adicional aos *players* desencadeadores destes processos de concentração.

Assumindo a perspectiva do autor, a qual subsiste no facto de que as operações de concentração no mercado bancário nacional ocorreram para que os *players* consigam obter uma QM superior e assim uma rentabilidade mais elevada, torna-se relevante referir as razões identificadas pelo mesmo para a realização deste tipo de operações.

¹³ Recorde-se Szymanski, Bharadwaj and Varadarian (2009).

¹⁴ Em condições normais e não considerando a morosidade e custo de cada operação de concentração.

Baseando-se em Weston and all (1990), o autor estabelece o poder de mercado como a forma mais básica de incrementar a rentabilidade das instituições, poder que apenas é facultado por uma QM elevada. Segundo este, estas estratégias de concentração empresarial materializam-se no incremento, inquestionável, da QM, bem como através do crescimento orgânico da empresa. Este continua e afirma que o crescimento orgânico deve ser tido em extrema consideração, visto que este por si só pode ser um factor originador de ineficiências em torno das económicas de escala que se pretendam alcançar, produzindo uma potencial quebra de rentabilidade das instituições, colocando em causa a relação que afirma existir entre QM e rentabilidade.

A segunda razão apontada por Silva (2009), baseado em Matos e Rodrigues (2000), é a eficiência operativa. Este conceito postulado pelo autor subsiste na procura da minimização dos custos na produção de bens/serviços, procurando sempre o objecto primordial de cada instituição e da sua gestão, a maximização do lucro. O autor refere Pautler (2001) quando refere a conexão entre QM e eficiência operacional. Esta ultima visa alcançar de custos inferiores de produção, incrementando a produção com o mesmo índice de custos, sendo que esta proporciona incrementar a QM por via de uma diminuição do preço colocado junto do cliente. Desta forma conclui-se que a eficiência operacional, obtida em concreto nestas operações de concentração empresarial¹⁵, proporciona níveis de QM superiores, visto que a procura é sensível ao preço final, o qual será menos elevado face à eficiência obtida.

Por fim, e assumindo ainda a perspectiva anterior do autor, é de referir que a eficiência operativa se encontra intimamente relacionada com a teoria da gestão ineficiente, a qual, segundo Valente (1999), emerge da percepção que os gestores da instituição que procuram processos de concentração na indústria, tendem em considerar a gestão actual dessas instituições é ineficiente, pelo que é estabelecido que a nova equipa de gestão irá possuir uma melhor performance do que a gestão actual da empresa alvo. Caves (1989) sugere, igualmente, que a mudança da gestão da instituição alvo do processo de concentração irá incrementar a qualidade da gestão da própria instituição.

¹⁵ Contudo pode ser obtida em outras situações que não as presentes operações.

Paralelamente à descoberta que diversos autores supõem as operações de concentração empresarial como veículo de incremento da QM e assim da rentabilidade das suas instituições, foi observado na pesquisa empírica realizada que diversos autores apontavam estratégias empresariais, em termos da QM, por forma a incrementar a sua rentabilidade.

Retomando Buzzell, Gale and Sultan (1974), também estes nomeiam um conjunto de três estratégias possíveis para que a gestão das instituições possa prosseguir objectivos estratégicos de QM e assim da sua rentabilidade.

O primeiro tipo estratégia apontada pelos autores cinge-se a intenções de crescimento de QM, desenvolvendo esforços dinâmicos e persistentes com o intuito de incrementar a QM. Na perspectiva destes, este tipo de estratégia deve ser aplicada na procura de angariação de quota ou quando esta atinge valores mínimos definidos pela gestão das instituições, sendo que a sua aplicação deve ser precedida de uma análise cuidadosa dos impactos menos positivos que poderá provocar na organização no curto prazo. Paralelamente, estas devem ser tidas como estratégias de longo prazo e devem ser aplicadas em mercados cujas taxas de crescimento potencial e real são significativas, portanto, em mercados cujo seu ciclo de vida se encontre na fase do crescimento.

O segundo tipo de estratégia definida pelos autores pauta-se por estratégias de manutenção de QM, as quais devem, segundo os mesmos, ser aplicadas quando a gestão da instituição possui uma QM satisfatória ou os custos de angariação de quota são demasiado elevados que não sustenta os benefícios e a tentativa de incremento. Este tipo de estratégia vê o seu potencial maximizado em mercados cujo seu ciclo de vida se encontre em desenvolvimento.

Por fim, o último tipo de estratégia definida pelos autores, as estratégias de decréscimo de QM, caracterizam-se pela decisão tomada pelos gestores da instituição de diminuição controlada no nível de quota num determinado momento, para que a instituição possa obter resultados benéficos no curto prazo. Por sinal, este tipo de estratégia é oposto ao primeiro tipo descrito pelos autores. Estas devem ser desenvolvidas de forma pontual e apenas e só no caso de a instituição necessitar de um encaixe de capital para um determinado investimento e/ou para

distribuição de dividendos¹⁶ e por daí em diante, sem que não exista uma forma de financiamento alternativa. Os autores referem ainda que este tipo de estratégia não é benéfico no longo prazo, dado que pode levar a destruição irreparável da QM.

A observação da Tabela 1, onde os autores demonstram efeitos das diversas estratégias referida, permite concluir que cada uma das três estratégias propostas deve ser aplicada em função da QM que a instituição possui no momento. Como exemplo, sendo que a lógica permanece para as demais faixas de QM, quando a instituição pretende aumentar o seu nível de ROE e possui um QM abaixo dos 10%, a estratégia a adoptar deve ser a de procura de incremento de quota, visto que é aquela que lhe irá permitir possuir um crescimento de ROE mais assinalável, em termos relativos.

Até ao momento, a revisão empírica realizada apenas havia contemplado estudos que postulassem a relação de associação entre QM e rentabilidade das instituições, contudo, torna-se relevante evidenciar alguma pesquisa que não se encontre em concordância com o até então postulado.

Bain (1951) demarcou-se pelo estudo desenvolvido tendo em consideração o relato dos efeitos provocados pela concentração das indústrias sobre rentabilidade das instituições. Tal estudo gerou a percepção de que concentração empresarial, através de operações de concentração como fusões e aquisições, poderia levar a uma eficiência reduzida, visto que uma maior QM provoca por estas operações gera ineficiências causadas ao nível de uma eventual falta de planeamento e devido à eventual existência de insuficiências contabilísticas e contingências fiscais.

Outro estudo teórico conduzido por Demsetz (1973) constatou que a concentração empresarial por via das operações já referenciadas pode causar impactos negativos em termos da rentabilidade das instituições, dado que as instituições em questão num determinado processo de

¹⁶ Entre outros factores.

concentração podem possuir diferenças de eficiência relevantes, gerando um processo moroso e dispendioso¹⁷.

Borges (1994) constatou que não existem diferenças em termos de performance¹⁸, entre as instituições bancárias nacionais cuja dimensão é maior. O resultado apurado pela autora sugere que a dimensão não é um factor decisivo para a competitividade das instituições no mercado. A dimensão não assegura, segundo esta, uma poupança significativa ao nível dos custos, ao que a autora denomina de economias de produção, visto que quando estas existem são esgotadas a um nível de produção relativamente reduzido, em função da magnitude da organização.

Wensley and Rumelt (1980), referem que associação entre a QM e rentabilidade é "*Uma regularidade empírica com necessidade de uma teoria*", contudo no seu estudo concluem que a QM não possui influencia na rentabilidade das instituições, sendo que esta ultima apenas é afectada, num mercado concorrencial, por economias de escala que permitem reduzir e/ou otimizar custos operacionais.

Gale and Branch (1982), partilham a conclusão anterior quando afirmam no seu estudo que, de facto, não é a QM que proporciona a redução de custos necessária à obtenção de um nível de rentabilidade superior. Scherer (1974) reafirma a conclusão anterior, acrescentando o facto de que as economias de escala não possuem como objectivo a obtenção, nem tão pouco proporcionam, incrementos de QM, pelo que o incremento da rentabilidade, via economias de escala, não possui qualquer implicação ou variação em termos de QM das instituições, algo postulado também por Chaplinsky and Erwin (2009).

Jaconbon and Aaker (1993) no seu estudo assinalam um reduzido, porém significativo, efeito da QM sobre a Rentabilidade das instituições. No entanto, este feito existe de forma indirecta¹⁹, visto que depende de factores não observáveis e não mensuráveis.

¹⁷ Não alcançando o poder monopolista proposto por Bain (1951).

¹⁸ Que a autora mede através de diversos indicadores, como o *Return on Equity* e o *Return on Assets*.

¹⁹ Entenda-se que não existe impacto directo da variação da QM na variação da Rentabilidade das instituições, dado que os resultados estatísticos não são estatisticamente significativos.

Por fim, Fu and Heffernan (2009) salientam que as instituições que possuam uma estrutura organizacional maior, face aos demais *players* na indústria, fruto de operações de concentração, tendem em possuir uma rentabilidade inferior durante um longo período, até que consigam atingir níveis de economias de escala significativos. Desta forma, e na óptica dos autores, conclui-se que uma QM mais elevada pressupõe uma rentabilidade inferior para as instituições, visto que as economias de escala não são imediatas às operações de concentração.

3 - Contextualização do tema

3.1 - Enquadramento indústria bancária portuguesa

Caiado e Caiado (2006) definem sistema financeiro como um sistema constituído por um conjunto de meios humanos, materiais e imateriais que agem de forma intencional e interligada e estão vocacionadas para atingirem um ou vários objectivos. O autor refere ainda que o sistema financeiro nacional assenta nesta caracterização, contendo uma estrutura constituída pelos intermediários financeiros como os Bancos, Caixas Agrícolas e outras instituições bancárias, pelos activos e instrumentos financeiros (créditos ao investimento, à tesouraria e outros fins e outros instrumentos financeiros), pelo mercado monetário, de capitais e de divisas, pelos investidores finais e pelas entidades reguladoras e supervisoras, como o Ministério das Finanças, o Banco de Portugal, o Instituto Seguros Portugal e a Comissão Mercado Valores Mobiliários.

As instituições objecto no presente estudo são as bancárias²⁰, as quais englobam os denominados auxiliares financeiros²¹.

O Banco de Portugal, através do regime geral das instituições de crédito e sociedades financeiras (RGICSF)²², nomeadamente, no artigo 2º, define instituição bancária como uma instituição de crédito cuja actividade consiste na realização de operações financeiras e na prestação de serviços financeiros, dos quais, os mais comuns são a concessão de crédito e a recepção de depósitos dos clientes. O artigo 3º do RGICSF enquadra as instituições bancárias no conjunto de instituições financeiras presentes no mercado, onde a sua actividade primordial é a concessão de crédito, fazendo para isso captação de poupanças junto dos agentes económicos, em especial das famílias, como veremos adiante.

²⁰ Ou de crédito, para além de serem as mais importantes do SF.

²¹ Como as sociedades de corretagem, mediadoras, gestoras de património, entre outras;

²² Aprovado pelo Decreto-Lei nº 298/92, de 31 de Dezembro, com alterações introduzidas pelos Decretos-lei nº 246/95, de 14 de Setembro, nº 232/96, de 5 de Dezembro, nº 222/99, de 22 de Junho, nº 250/2000, de 13 de Outubro, nº 285/2001, de 3 de Novembro, nº 201/2002, de 26 de Setembro, nº 319/2002, de 28 de Dezembro, nº 252/2003, de 17 de Outubro, nº 145/2006, de 31 de Julho, nº 104/2007, de 3 de Abril, nº 357-A/2007, de 31 de Outubro, nº 1/2008, de 3 de Janeiro, nº 126/2008, de 21 de Julho, nº 211-A/2008, de 3 de Novembro, pela Lei nº 28/2009, de 19 de Junho, pelo Decreto-Lei nº 162/2009, de 20 de Julho, pela Lei nº 94/2009, de 1 de Setembro, pelos Decretos-lei nº 317/2009, de 30 de Outubro, nº 52/2010, de 26 de Maio, nº 71/2010, de 18 de Junho, pela Lei nº 36/2010, de 2 de Setembro e pelo Decreto-Lei nº 140-A/2010, de 30 de Dezembro.

Todas as instituições bancárias, onde se incluem os Bancos, como já referido, fazem parte integrante do sistema bancário e financeiro, pelo que este se define como o conjunto de instituições, instrumentos e mercados que permite canalizar o aforro para o investimento, como a aplicação de meios financeiros necessários ao desenvolvimento económico e social, sendo assim o veículo que permite esta troca de fluxos.

É neste enquadramento que se desenvolve a actividade bancária, definida no artigo 4º do RGICSF, sendo esta essencial para o funcionamento de qualquer economia. Caiado e Caiado (2006) definem que o desempenho da actividade bancária decorre da função de qualquer instituição bancária é colocar em contacto aforradores e investidores, procedendo à captação da poupança disponível em poder dos aforradores, remunerando-os um respectivo juro, e posteriormente canalizam-na para os investidores, auferindo destes um determinado rendimento.

3.2 – Evolução indústria bancária portuguesa

O ano de 1984 marcou a liberalização do sector bancário nacional, onde o mercado bancário ficou aberto a instituições privadas estrangeiras²³, bem como a instituições privadas nacionais²⁴. Todo este processo de liberalização e abertura à iniciativa privada da banca teve efeitos evidentes sobre a estrutura do sector, desde os níveis da actividade creditícia, da rendibilidade, da cobertura bancária e da intervenção nos mercados bolsista e cambial, desde a internacionalização das instituições e desde a inovação de serviços financeiros.

Para além do processo de liberalização, salienta-se que o mercado bancário nacional passou ainda por outro processo, o de desregulamentação, o qual determinou novas estratégias de cooperação/concorrência das instituições de crédito cuja face mais visível foi a emergência recente de diferentes grupos financeiros e o processo de fusões e aquisições de que foram actores.

Esta evolução do mercado bancário resultou num contexto amplamente concorrencial, facto igualmente resultante do aumento das necessidades e portanto exigência, dos clientes. Tal acontecimento, entre outros, originou um aumento da procura no geral, pelo que o número de

²³ Como o *Banque Nacional de Paris* o *Chase Manhattan* e o *Citibank*.

²⁴ Como o BPC.

concorrente na indústria teve um incremento natural face à procura por satisfazer. Contudo, apesar de esta evolução ter sido evidente nas ultimas duas décadas, desde 2008 que o número de instituições bancárias e simulares se encontra em decréscimo, segundo dados do Banco de Portugal. Esta redução do número de instituições bancárias resulta de uma cedência lógica no mercado de concentração por operações de fusão, aquisição e/ou reestruturação, tudo no intuito de aumento de eficiência das instituições.

3.3 – Introdução temática da quota de mercado

A generalidade das empresas atribui especial relevância à evolução da sua QM, bem como a evolução da QM dos seus concorrentes, dado que esta é sinónimo de projecção e notoriedade no mercado em que se inserem as instituições bancárias, sendo que esta é uma das duas variáveis relevantes para a consecução do objecto em estudo.

Caiado e Caiado (2006) definem que a QM das instituições bancárias como a proporção que estas possuem, em relação a um determinado elemento de referência, no total do sector a que pertence. Isto é, entende-se por QM a percentagem de crédito concedido, depósitos recebidos, activo líquido e/ou rentabilidade dos capitais próprios que uma determinada instituição bancárias possui, da soma dos valores agregados que existem no mercado bancário.

A importância da QM é perceptível para qualquer órgão de gestão, visto que o crescimento e sustentabilidade, bem como os princípios como a segurança e estabilidade do e no sistema financeiro, portanto a protecção dos depositantes e da economia, são factores resultantes da presença das instituições no mercado. A evolução e o contexto bancário nacional constata-se que o incremento da QM, por parte de uma determinada instituição bancária, tem sido obtido através de operações de concentração, concretamente através de fusões, aquisições e/ou reestruturações²⁵.

A QM é um instrumento essencial da gestão das instituições bancárias, pelo que a sua constatação e ostentação é fundamental no contexto concorrencial nacional, visto que esta é tida,

²⁵ Apesar de não ser de descurar o facto de que algumas instituições obtiveram variações significativas resultantes do incremento do seu nível de eficiência no mercado.

pela generalidade dos gestores, como factor que proporciona níveis de rentabilidade mais elevados no mercado e portanto alvo de diversas formulações estratégicas.

3.4 – Indicador de rentabilidade

A rentabilidade das instituições bancárias foi mensurada, para efeitos do presente estudo, através do indicador de ROE de cada instituição, contudo este não se caracteriza por ser o único indicador de mensuração da rentabilidade das instituições, quer bancárias, no caso concreto, quer de qualquer outra instituição presente numa indústria diferente, como veremos adiante.

Este indicador de rentabilidade das instituições traduz, segundo Caiado e Caiado (2006), a rentabilidade do capital accionista, a qual assume uma projecção determinante na valorização do património da instituição ao longo do tempo, devendo ser comparada com a rentabilidade global do sector e com outros indicadores macroeconómicos²⁶. Os autores afirmam que toda a organização deve ter como objectivo a obtenção de níveis suficientes de rentabilidade e, se for possível, que esses níveis sejam competitivos face ao sector e à própria economia em geral.

Neves (2004) refere que, à semelhança dos autores anteriores, que o ROE permite ao accionista e ao gestor concluir se a rentabilidade do capital próprio está a um nível aceitável comparativamente às taxas de rendibilidade do mercado de capitais e ao custo de financiamento de cada empresa.

Dentro da perspectiva bancária, segundo Caiado e Caiado (2006), existe uma panóplia de rácios que poderiam ser utilizados para a presente análise, como a rentabilidade do activo financeiro²⁷ ou rentabilidade do activo com base no *cash -flow*²⁸.

No entanto, para efeitos do presente estudo, foi apenas tido em consideração o ROE enquanto indicador de mensuração da rentabilidade das instituições bancárias, visto que este de adequa à temática objecto e à sua universalidade, por outras palavras, o ROE foi escolhido visto que este é o que melhor espelha a rentabilidade alvo de análise, para além do facto de ser

²⁶ Inflação e rendimentos de outras aplicações financeiras.

²⁷ Equação 2.

²⁸ Equação 3.

reconhecido e utilizado internacionalmente como indicador padrão da análise da rentabilidade de uma determinada instituição.

Contudo, o ROE não se encontra livre de qualquer enviesamento ou risco na sua análise e interpretação. Como refere Neves (2004), este não pode ser analisado e interpretado colocando de parte a política de investimento e financiamento da empresa, visto que as decisões financeiras podem influenciar qualquer apreciação realizada a qualquer instituição, facto que assume especial relevância quando se procura estabelecer uma comparação entre instituições bancárias, como é o caso concreto²⁹.

Uma análise que comumente realizada e que permite aferir a magnitude da rentabilidade bancária, assenta na comparação da performance bancária, mensurada através do ROE das instituições, com a performance da económica nacional, face à performance da económica nacional, a qual é mensurada através do Produto Interno Bruto Português (PIB), que se caracteriza como uma medida da riqueza económica de um país, materializando-se através da soma do valor de todos os bens e serviços produzidos por um país durante um ano, sendo a sua variação uma indicação do desempenho económico³⁰.

A observação da Tabela 2, construída, parcialmente, tendo em consideração a base de dados considerada no presente estudo, permite aferir o valor de 8,29%, 10,25%, 11,91%, 10,10%, 3,08% e 5,62% nos exercícios económicos de 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 e 2009, respectivamente, para o ROE das instituições bancárias nacionais e objecto do presente estudo, onde se constata, em termos médios, um valor de 8,21% para o período em análise. Este valor pauta a rentabilidade que as instituições bancárias possuíram durante o período em análise, o qual se caracteriza por ser um crescimento positivo durante o período.

No que concerne ao PIB nacional, pela observação da Tabela 2, construída, parcialmente, tendo em consideração dados económico-financeiros fornecidos pelo Instituto Nacional de Estatística, é possível aferir o valor de 1,58%, 0,75%, 1,45%, 2,40%, 0,03% e - 2,50%, nos exercícios económicos de 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 e 2009, respectivamente,

²⁹ Apesar da referência do autor, esta análise não foi realizada visto que não se encontra dentro do âmbito do presente estudo, não sendo assim pertinente;

³⁰ Segundo o Comité de Assuntos Económicos e Financeiros da Comissão Europeia.

para o PIB nacional, onde se constata, em termos médios, um valor de 0,62% para o período em análise.

O Ilustração 2 permite observar a evolução de ambas as rubricas, concretamente, ROE e PIB, pelo que prontamente se constata uma diferença significativa em termos de evolução de ambas as rubricas. Esta diferença materializa-se no valor de 6,71%, 9,50%, 10,46%, 7,70%, 3,05% e 8,12%, nos exercícios económicos de 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 e 2009, respectivamente, sendo que esta permite concluir que a indústria bancária possui uma rentabilidade superior do que a economia nacional, em todos os exercício em estudo. Esta conclusão estipula que a indústria bancária é uma dos motores da economia nacional, visto que o seu crescimento, o qual é 7,59% superior ao da economia nacional, em termos médios, permite suportar, parcialmente, o crescimento económico nacional.

Em função desta temática, é de salientar Deluvaite (2010), que afirma que estas duas rubricas possuem uma correlação positiva³¹, pelo que foi possível concluir que o ROE possui um impacto directo no PIB, e que em norma, um maior nível de ROE pressupõe um PIB mais elevado, e vice-versa.

³¹ Não tendo o mesmo sido desenvolvido segundo a industria bancária, mas segundo uma panóplia de industrias que componham a amostra.

4 – Base de dados e método estatístico

4.1 – Tipo e amostra da base de dados

Costa e Pimenta (2004) referem que o processo de tomada de decisão necessita, inevitavelmente, de dispor de informação clara sobre o objecto estudo, para que este processo seja o mais eficiente possível.

Barbetta, Reis and Bornia (2004) referem que, de forma simplista, que a amostragem é o processo de selecção da amostra, isto é, um subconjunto da população, que por sua vez corresponde ao conjunto dos elementos que se deseja estudar. Este processo permite inferir e concluir uma decisão sobre um universo de estudo, através de um subconjunto o mesmo.

Retomando Costa e Pimenta (2004), estes estipulam que um estudo por amostragem deverá obedecer a um conjunto de etapas a percorrer, que se materializam num plano de amostragem: definição os objectos do estudo; definição da população; Identificação, selecção e análise da informação existente; escolha do método de amostragem; quantificação da amostra; escolha do método de recolha de dados; apresentação dos resultados

Na procura de aplicando da referida metodologia proposta pelos autores ao presente trabalho de investigação conclui-se que existem algumas adaptações necessárias para que os dados estatísticos alvo possam permitir inferir uma decisão sobre a questão de estudo.

O objecto do estudo assenta na avaliação das necessidades que o estudo pretende satisfazer. Neste caso concreto, a questão em estudo reside na percepção do impacto da QM na rentabilidade das instituições bancárias, sendo que esta questão irá permitir ao gestores medir a relevância do nível de QM das suas instituições nas decisões estratégicas que possam ou pretendam tomar a este nível.

A população objecto do presente estudo reside nas instituições bancárias, nacionais ou estrangeiras, presentes no mercado bancário português. Dada a estrutura da população propriamente dita, em particular o facto de esta ser reduzida, o conceito de universo e amostra

são coincidentes, ou praticamente coincidentes, existindo algumas excepções como veremos adiante.

Definida a população objecto, importa identificar, seleccionar e analisar a informação existente e necessária para que se possa inferir sobre o objecto de estudo. Numa recolha de informação estatística é importante manter a coerência e a assertividade.

O presente estudo foi construído com base nos dados desenvolvida pela Associação Portuguesa de Bancos (APB), a qual é construída de forma anual com informação agregada de todas as instituições bancárias ou similares.

O método de recolha de dados adequado às necessidades de estudo foi o levantamento puro de dados, o qual consistiu na recolha, codificação, verificação, análise e interpretação da informação.

Os dados necessários ao presente estudo foram construídos através dos balanços e contas de exploração elaboradas de acordo com as normas de contabilidade ajustadas, sendo que os dados recolhidos correspondem à actividade individual de cada instituição bancária, contemplando assim apenas a actividade bancária do grupo económico, não incluindo outras áreas de negócio como é o exemplo da actividade seguradora.

O horizonte temporal da análise estatística baliza os anos de 2004 e 2009, contendo assim um número de 6 exercícios económicos, onde são utilizadas as contas consolidadas à data de 31 de Dezembro do final de cada exercício. Os dados recolhidos, para todos os exercícios económicos em estudo, assentaram nas rubricas de activo líquido, crédito a clientes, recursos de clientes, situação líquida e resultado líquido.

No período em que se sustenta a presente análise existiram algumas alterações relativamente ao aumento e/ou diminuição de instituições, factos que ocorreram graças a acontecimentos como fusões, aquisições e criação de instituições. Torna-se assim relevante referir a evolução que existiu no período objecto, assumindo a informação presente no boletins de informação anuais da APB.

No ano de 2004 salientam-se as seguintes reorganizações no sector bancário nacional: a fusão por incorporação do Credibanco no BCP; a reestruturação do grupo Totta Santander, que resultou na fusão dos bancos Totta et Açores e do Banco Santander Portugal por incorporação no Credito Predial Português, tendo o banco incorporante adoptado a denominação de Banco Santander Totta; e a extinção da Central Banco de Investimento, tendo o Grupo da Caixa Central de Credito Agrícola Mutuo integrados respectivos activos.

O ano de 2005 destaca-se por uma profunda alteração regulamentar no que concerne à apresentação de contas devido à entrada em vigor das normas internacionais de relato financeiro (IFRS), materializadas pelo regulamento nº.1606/2002 do parlamento europeu e do conselho, em 19 de Julho de 2002, o qual determina que, em relação a cada exercício com início em, ou após 1 de Janeiro de 2005, as sociedades com valores mobiliários admitidos à negociação num mercado regulamentado de qualquer um dos estados membros elaborem as suas contas consolidadas em conformidade com as IFRS. A transposição ocorreu por via do aviso nº. 1/2005, estabelecido pelo Banco de Portugal, sendo que este estabeleceu as normas e modelo de reporte para as entidades sob a sua supervisão.

Quanto a alterações de cariz estrutural das instituições são de salientar: a integração por fusão do BIC no BES; a alteração de denominação para o Banco Popular Portugal S.A., na sequência da aquisição, ainda em 2003, do Banco Nacional de Credito pelo Banco Popular Español; e a alteração de denominação do Banco Alves Ribeiro para Banco Invest.

Por fim, apenas no ano de 2009 se verificam factos que devem ser salientados, relativamente alterações estruturais: o grupo Cofinoga deixa de existir devido a aquisição do mesmo pela Cetelem mantendo-se todavia a instituição Credifin com a actividade individual; os dados referentes ao BCA deixaram de ser incluídos, uma vez que esta instituição foi integrada no BANIF; o Banco Mais foi integrado no grupo financeiro BANIF, passando a utilizar a marca Banif Mais; e o Banco BIC passou a integrar a informação do sector.

Para efeitos do presente estudo, apenas foi considerada a banca de retalho ou comercial, retirando da mesma a banca institucional ou de investimento, como foi o caso da Caixa – Banco de Investimento, Banco Espírito Santo de Investimento, Banco Comercial Português de

Investimento e Banif – Banco de Investimento. Por outro lado, salienta-se que também não foram consideradas instituições como o Sanpaolo Imi Bank (internacional) e o Banco Rural Europa dado apenas possuírem actividade offshore em Portugal e portanto os seus dados económico financeiros causariam enviesamento na análise, pois seria sempre *outliers* na amostra.

Por fim, é de referir que o presente estudo teve como alvo um conjunto de 30 instituições bancárias, cuja identificação se encontra na Tabela 4.

4.2 – Limitações e erros amostrais

O método de recolha de dados necessários à inferência estatística apresentado por Costa e Pimenta (2004) poderá estar susceptível a alguns erros amostrais e de recolha, sendo portanto relevante avaliar a existência de erros na recolha de dados desenvolvida para o âmbito do presente estudo.

O primeiro erro apontado deduz-se na cobertura inadequada da população, o que acontece quando elementos representativos não se encontram incluídos na amostra que se retirou do universo. Mediante tal referência, conclui-se que não existe tal erro no presente estudo, visto que a amostra definida é coincidente, quase na totalidade, com a população, ou seja, a amostra recolhida espelha, praticamente, a totalidade do mercado, à luz das rubricas objecto, pelo que este erro é mitigado.

O segundo erro apontado pelos autores reside nos erros na recolha e codificação da informação. Tal erro apontado também não se verifica no presente estudo, visto que o objecto de estudo e as variáveis relevantes se encontravam devidamente definidas *à priori*, pelo que a recolha necessária incidiu sobre dados concretos, existindo uma manutenção da qualidade dos dados que mitigou interpretações erradas.

Por fim, o último erro susceptível na amostragem definido pelos autores assenta na falta de resposta de algumas unidades estatísticas, de onde se depreende a impossibilidade de obtenção de resposta dos elementos da amostra. Tal questão também não é visível no presente

estudo, pelo que as variáveis estatísticas necessárias para a análise são por demais claras e perceptíveis e se encontram completamente disponíveis para utilização.

Torna-se relevante referir que a amostra utilizada para inferir e tomar conclusões sobre o objecto de estudo possui níveis de qualidade, adequação e clareza elevados, o que por sua vez garante a estrutura, coerência e propósito do presente estudo.

4.3 – Indicador de correlação

O objecto de presente estudo reside na percepção da existência e mensuração da relação existente (ou não) entre QM e Rentabilidade das instituições bancárias. Desta forma, a escolha do método estatístico foi relevante, tendo sido identificado a correlação como a melhor forma de inferir sobre o objecto de estudo. Costa e Pimenta (2004) referem que a correlação é o método estatístico a utilizar quando se pretende inferir sobre o grau de associação entre determinadas características da amostra como, no caso concreto, a proporção de activo líquido, de crédito a clientes, de recursos de clientes, do número de postos de atendimento face ao ROE das instituições bancárias.

Os autores estipulam que o conceito utilizado para medir a intensidade de associação linear entre duas variáveis aleatórias é a covariância. Segundo estes, se for conhecida a distribuição conjunta do par é possível obter o valor da covariância.

Sendo x e y duas variáveis aleatórias, como médias \bar{x} e \bar{y} , relativas a uma amostra com n pares observações, $(x_1, y_1), (x_2, y_2), \dots, (x_n, y_n)$, respectivamente, a covariância é definida por:

$$Cov(x, y) = \frac{1}{n-1} \sum_{i=1}^n [(x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})]$$

No entanto, exceptuando o seu sinal, este valor é um número que depende das unidades em que estão a ser medidas as variáveis aleatórias, o que torna a sua análise mais difícil. Por isto, na prática, para traduzir o grau de associação linear entre variáveis é utilizado um indicador derivado da covariância, ou seja, o coeficiente de correlação, o qual se define por:

$$r = \frac{Cov(x, y)}{S_x S_y} = \frac{\sum_{i=1}^n [(x_i] - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n [(x_i] - \bar{x})^2} \sqrt{\sum_{i=1}^n [(y_i] - \bar{y})^2}}$$

Sendo S_x e S_y os desvios padrões de $(x_1, y_1), (x_2, y_2), \dots, (x_n, y_n)$:

$$S_x = \sqrt{\sum_{i=1}^n [(x_i] - \bar{x})^2}, \quad \text{e} \quad S_y = \sqrt{\sum_{i=1}^n [(y_i] - \bar{y})^2}$$

A estrutura do coeficiente, isto é, a divisão da covariância pelos desvios padrões de x e y torna-o um indicador padronizado e independente das escalas de medida das variáveis originais, que assumem valores no intervalo entre $[-1, 1]$, ou seja, $|r| \leq 1$.

Os autores estabelecem que o significado dos valores do coeficiente de correlação é o seguinte: $r = -1$, traduz uma associação linear negativa perfeita; $r = 1$, traduz uma associação linear positiva perfeita; $r = 0$, implica que não existe associação linear entre as variáveis note-se que a independência entre as variáveis aleatórias implica covariância e correlação nulas, mas uma correlação nula não significa que não possa existir alguma forma de associação entre as variáveis, mas não do tipo linear). Resumindo, tendo em consideração o anterior, quanto maior, em valor absoluto, o valor do coeficiente de correlação, mais forte a associação linear entre as variáveis, quanto mais perto do valor 0, menor é essa mesma associação.

Com este coeficiente, segundo Mota e Santos (2005), é necessário ter alguns cuidados, de forma a ser mantida a qualidade da análise, como o facto de ser necessário ter em consideração que o coeficiente é um número simples e que resulta de uma relação de causa efeito entre dois factores.

Sousa (2009) estratifica os graus de associação/relação existentes entre variáveis, os quais se encontram descritos na Tabela 3.

4.4 – Definição hipótese de estudo

A inferência estatística é sinónimo de afirmações sobre parâmetros de uma população, onde para tal existem métodos que possibilitam validar ou não essas mesmas afirmações, segundo Reis and all (1999). Os autores referem ainda que os métodos estatísticos fornecem o seu contributo ao nível do auxílio à decisão, permitindo que o gestor tome uma decisão com uma base de suporte estatístico, com a minimização do erro.

Para estudar um determinado tema de forma estatística é necessária a definição e elaboração de um ensaio de hipóteses, onde a correcta formulação das hipóteses necessita de uma definição da temática em análise.

No caso concreto do presente estudo, as hipóteses a serem testadas definem-se por:

H_0 : $r = 0$ – “Não existe associação entre a QM e a rentabilidade bancária”

H_1 : $r \neq 0$ – “Existe associação entre a QM e a rentabilidade bancária”

A interpretação que se pode aferir da definição das hipóteses a estudar estipula que H_0 define a não existência de associação entre QM e rentabilidade das instituições bancárias, enquanto H_1 define precisamente o inverso, isto é, a existência de associação entre as variáveis em estudo.

Para testar H_0 , contra alternativas bilaterais, admitindo que a distribuição conjunta das variáveis a serem estudadas pontualmente é normal, pode utilizar-se a seguinte estatística de teste, que possui distribuição t com n-2 graus de liberdade quando H_0 é verdadeira:

$$t = \frac{r}{\sqrt{\frac{1-r^2}{n-2}}} \sim t_{(n-2)}.$$

Definida a estatística de teste, é relevante referir as inferências que podem ser aferidas: rejeitar-se $H_0 : r = 0$, contra $H_1 : r > 0$, ao nível de significância α , se $t_{obs} > t_{(n-2),\alpha}$ ou valor $-p = P(t_{(n-2)} > t_{obs}) < \alpha$; rejeita-se se $H_0 : r = 0$, contra $H_1 : r < 0$, ao nível de significância α , se $t_{obs} < -t_{(n-2),\alpha}$ ou valor $-p = P(t_{(n-2)} < t_{obs}) < \alpha$; e rejeita-se se $H_0 : r = 0$, contra $H_1 : r \neq 0$, ao nível de significância α , se $|t_{obs}| > t_{((n-2), \alpha/2)}$ ou valor $-p = 2.P(t_{(n-2)} > |t_{obs}|) < \alpha$.

A metodologia procurou validar H_0 , no entanto se a evidência da amostra fornecer uma informação significativamente diferente de 0, então rejeita-se H_0 . Se tal não acontecer, considera-se que não há diferença e não se pode rejeitar H_0 .

4.5 – Recolha e tratamento dos dados

A base de dados que suporta o presente estudo, anteriormente identificada, possui as rubricas que foram necessárias para a mensuração de ambas as variáveis que se pretende apurar, sendo que essas rubricas a se materializam no activo líquido, no crédito a clientes, nos recursos de clientes, na situação patrimonial, no número de postos de atendimento e no resultado líquido.

Após a recolha destes dados, e no que concerne à primeira variável necessária, existiu a necessidade de processar esses dados de forma a obter a proporção de QM que cada instituição bancária possui, portanto de forma individual, para cada uma das rubricas objecto e em cada exercício económico em estudo.

No tocante à segunda variável em análise, a rentabilidade das instituições bancárias, já havia sido referido que esta seria calculada para cada uma das instituições bancárias objecto, também de forma individual e para cada exercícios económico em estudo e mensurada através do ROE, o qual foi obtido segundo a metodologia referida por Caiado e Caiado (2006), na Equação 1.

Após a mensuração das variáveis acima identificadas, concretamente a nomeadamente a QM e o ROE das instituições bancárias, foi possível desenvolver toda a análise estatística

necessária com vista à concretização do objecto em estudo, isto é, estuda a potencial relação entre a QM e a rentabilidade das instituições bancárias nacionais.

5 – Resultados e discussão

5.1 – Análise prévia dos dados

O tratamento que foi necessário desenvolver para que a base de dados fosse alvo de análise estatística para os fins do presente estudo possibilitou uma pré-análise no âmbito pretendido.

O apuramento proporcional percentual das rubricas a analisar permitiu constatar a actual conjuntura do mercado bancário nacional, a qual é amplamente concentrada, visto que existe um conjunto reduzido de instituições que possuem uma elevada proporção do mercado bancário.

Iniciando a análise do mercado bancário através da observação da Tabela 4, extrapola-se que cerca de 82,27% da QM, em termos de activo líquido e no exercício económico de 2009, é detida por um conjunto de 6 de um total de 30 instituições bancárias consideradas no presente estudo, a saber a CGD, o BCP, o BES, o BST, o BPI e o BANIF, pelo que o valor, em termos absolutos, detido por estas entidades é de 420.882.881 de um total de 511.558.902 milhares de euros, como se constata na mesma Tabela. Nos exercícios económicos anteriores a situação assume precisamente a mesma relação de concentração, isto é, 82,21%, 81,91%, 81,97%, 81,86% e 82,99%, nos exercícios económicos de 2008, 2007, 2006, 2005 e 2004, respectivamente, como se extrapola da mesma Tabela. A evolução desta relação de concentração, em termos de activo líquido, demonstra-se estável no período de análise, sendo que esta pode ser observada na Ilustração 3, pelo que é de esperar que esta relação se venha a manter nos próximos exercícios económicos.

Avançando a análise, através da observação da Tabela 5, extrapola-se que cerca de 82,45% da QM, em termos de crédito a clientes e no exercício económico de 2009, é detida pelo mesmo conjunto de instituições supramencionadas, pelo que o valor, em termos absolutos, detido por estas entidades é de 291.641.365 de um total de 353.717.949 milhares de euros de capital alocado a clientes pelo sistema bancário no ano de 2009, como se constata na mesma Tabela. Nos exercícios económicos, anteriores a situação assume precisamente a mesma relação de concentração, isto é, 82,70%, 84,26%, 82,48%, 82,19%, e

82,99%, nos exercícios económicos de 2008, 2007, 2006, 2005 e 2004, respectivamente, como se extrapola da mesma Tabela. A evolução desta relação de concentração, em termos de crédito a clientes, demonstra-se estável também no período em análise, sendo que esta pode ser observada na Ilustração 4.

No que concerne à QM, em termos de recursos de clientes, através da observação da Tabela 6, extrapola-se um valor de 87,54% de QM no exercício económico de 2009, proporção detida pelo mesmo conjunto de instituições supramencionadas, pelo que o valor, em termos absolutos, detido por estas entidades é de 187.116.385 de um total de 213.752.100 milhares de euros de capital aforrado no sistema bancário no ano de 2009, como se constata na mesma Tabela. Nos exercícios económicos anteriores, a situação assume precisamente a mesma relação de concentração, isto é, 84,94%, 82,89%, 82,19%, 82,04%, e 78,51, nos exercícios económicos de 2008, 2007, 2006, 2005 e 2004, respectivamente, como se extrapola na mesma tabela. A evolução desta relação de concentração, em analogia com as rubricas anteriores, demonstra-se estável também para o período em análise, sendo que esta pode ser observada na Ilustração 5, pelo que é se esperar que esta relação se venha a manter nos próximos exercícios económicos.

Por fim, no tocante à QM, em termos do número dos postos de atendimento, através da observação da Tabela 7, extrapola-se um valor de 69,44% de QM no exercício económico de 2009, proporção detida pelo mesmo conjunto de instituições supramencionadas, pelo que o valor, em termos absolutos, detido por estas entidades é de 4186 de um total de 6168 de postos de atendimento existentes no mercado bancário nacional no ano de 2009, como se constata na mesma Tabela. Nos exercícios económicos anteriores, a situação assume precisamente a mesma relação de concentração, isto é, 69,44%, 70,96%, 71,66% e 74,51%, nos exercícios económicos de 2008, 2007, 2006, 2005 e 2004, respectivamente, como se extrapola na mesma Tabela. Apesar da concentração evidente, esta relação tem vindo a decrescer desde o início do período em análise, contudo permanece uma concentração elevada no mercado bancário nacional.

5.2 – Relacionamento entre activo líquido e *return on equity*

A primeira inferência realizada no intuito de aferir sobre o objecto do presente estudo centrou-se na relação potencial entre activo líquido e ROE. Esta tinha como objectivo aferir se

uma QM superior, em termos de activo líquido, influencia o ROE das instituições bancárias. Depreende-se H_0 como “Não existe uma relação de associação entre activo líquido e ROE das instituições bancárias”, de onde, por seu turno, se depreende H_1 como “Existe uma relação de associação entre activo líquido e ROE das instituições bancárias”.

Analisando os resultados estatísticos aferidos, através da observação da Tabela 9, conclui-se, de forma categórica, que se aceita H_0 , logo afirma-se a não existência de qualquer relação de associação, directa, entre as rubricas objecto. Tal percepção assenta na observação da mesma tabela, concretamente de um valor – ρ de 0.882, 0.431, 0.260, 0.861, 0.429, e 0.390, nos exercícios económicos de 2009, 2008, 2007, 2006, 2005 e 2004, respectivamente, o que à luz de um nível de significância de 5%, significa a aceitação da H_0 . Mediante os presentes níveis de significância, que de um ponto de vista estatístico são evidentes, e pela observação da Tabela referida, constata-se que a correlação encontrada foi de 2.77%, 14.66%, 20.85%, -3.27%, 14.74% e 15.99%, nos exercícios económicos de 2009, 2008, 2007, 2006, 2005 e 2004, respectivamente, o que em termos médios traduz um valor de 10.96% para o horizonte temporal em análise.

Em função da observação dos valores de correlação entre o activo líquido e o ROE das instituições bancárias é possível concluir que esta relação possui uma correlação fraca e positiva, isto é, valores entre 10% (inclusive) e 50% nos exercícios económicos de 2008, 2007, 2005 e 2004 e mesmo infimamente positiva, isto é, valores abaixo de 10% nos exercícios económicos de 2009 e 2006, tendo em consideração a escala de graus de correlação definida na Tabela 3.

. Em termos médios, e portando em termos representativos dos exercícios económicos em estudo, afirma-se uma correlação fraca positiva, a tender para infimamente positiva. Desta perspectiva e em termos estatísticos, conclui-se que não existe qualquer relação de associação, directa, entre activo líquido e ROE das instituições bancárias, pelo que uma QM superior, em termos de activo líquido não proporciona um maior volume de ROE para as instituições bancárias.

Num contexto de QM, o nível activo líquido, o qual se entende pelo valor do activo de uma instituição bancária, depois de correcções patrimoniais, ou seja, depois de deduzido o valor

das provisões e das amortizações referentes às demais rubricas do activo no balanço, segundo Caiado et Caiado (2006), não possui qualquer impacto em termos da rentabilidade da mesma instituição bancária, pelo que quaisquer decisões que possam ser determinadas e aplicadas pelos gestores encarregues pelos desígnios estratégicos destas, em termos de incremento, manutenção ou mesmo diminuição de activo líquido não proporcionam, em domínios estatísticos, qualquer variação da rentabilidade da mesma instituição bancária.

5.3 - Relacionamento entre crédito a clientes e *return on equity*

A segunda inferência centrou-se na relação potencial entre crédito a clientes e ROE. Esta tinha como objectivo aferir se uma QM superior, em termos de crédito a clientes proporciona um nível de ROE superior das instituições bancárias. Depreende-se H_0 como “*Não existe uma relação de associação entre crédito a clientes e ROE das instituições bancárias*”, de onde, por seu turno, se depreende H_1 como “*Existe uma relação de associação entre crédito a clientes e ROE das instituições bancárias*”.

Analisando os resultados estatísticos aferidos, através da observação da Tabela 10, conclui-se, de forma categórica, que se aceita H_0 , logo afirma-se a não existência de qualquer relação de associação, directa, entre as rubricas objecto. Tal percepção assenta na observação da mesma Tabela, concretamente de um valor – ρ – de 0.954, 0.455, 0.290, 0.855, 0.403, e 0.402, nos exercícios económicos de 2009, 2008, 2007, 2006, 2005 e 2004, respectivamente, o que à luz de um nível de significância de 5%, significa a aceitação da H_0 . Mediante os presentes níveis de significância, que de um ponto de vista estatístico são evidentes, e pela observação da Tabela referida, constata-se que a correlação encontrada foi de 1.08%, 13.92%, 19.64%, -3.41%, 15.55% e 15.62%, nos exercícios económicos de 2009, 2008, 2007, 2006, 2005 e 2004, respectivamente, o que em termos médios traduz um valor de 10.40% para o horizonte temporal em análise.

A constatação dos valores de correlação entre crédito a clientes e ROE das instituições bancárias, permite concluir que a mesma se pauta por uma associação fraca e positiva, isto é, valores entre 10% (inclusive) e 50% anos de 2008, 2007, 2005 e 2004 e mesmo infimamente negativa e positiva, isto é, valores abaixo de 10% nos anos de 2009 e 2006, respectivamente,

tendo em consideração a escala de graus de correlação definida na Tabela 3. Refere-se que a presente intensidade de associação coincide também com o aferido na primeira inferência, isto é, em termos de activo líquido face a ROE.

Em termos médios, e portando em termos representativos dos exercícios económicos em estudo, refere-se uma correlação fraca positiva, a tender para infimamente positiva. Desta perspectiva e em termos estatísticos, conclui-se que não existe qualquer relação de associação, directa, entre crédito a clientes e ROE das instituições bancárias, pelo que a QM em termos de crédito a clientes não proporciona uma maior rentabilidade para as instituições bancárias.

Num contexto de QM, o nível de crédito a clientes, o qual se entende pela disponibilização de capital a clientes, capital que os mesmo reembolsam na totalidade e remuneram a uma determinada taxa e prazo previamente definida, isto é, a génese da actividade bancária, segundo Caiado et Caiado (2006), não possui qualquer impacto em termos de ROE da mesma instituição bancária, pelo que quaisquer decisões estratégicas que visem um incremento, manutenção ou mesmo diminuição da QM em termos de crédito a clientes não proporcionam, em domínios estatísticos e em termos directos, qualquer variação da rentabilidade da mesma.

5.4 – Relacionamento entre recursos de clientes e *return on equity*

A terceira inferência centrou-se na relação potencial entre recursos de clientes e ROE. Esta tinha como objectivo, em semelhança com as anteriores, aferir se uma QM superior, em termos de recursos de clientes, proporciona um nível de ROE superior das instituições bancárias. Depreende-se H_0 como “*Não existe uma relação de associação entre recursos de clientes e ROE das instituições bancárias*”, de onde, por seu turno, se depreende H_1 como “*Existe uma relação de associação entre recursos de clientes e ROE das instituições bancárias*”.

Analisando os resultados estatísticos aferidos, através da observação da Tabela 11, conclui-se, de forma categórica, que se aceita H_0 , logo afirma-se a não existência de qualquer relação de associação, directa, entre as rubricas objecto. Tal percepção assenta na observação da mesma Tabela, concretamente de um valor – ρ 0.976, 0.536, 0.300, 0.844, 0.510, e 0.417, nos exercícios económicos de 2009, 2008, 2007, 2006, 2005 e 2004, respectivamente, o que à luz de

um nível de significância de 5%, significa a aceitação da H_0 . Mediante os presentes níveis de significância, que de um ponto de vista estatístico são evidentes, e pela observação da Tabela referida, constata-se que a correlação encontrada foi de 0,57%, 11.55%, 19.21%, -2.73%, 12.28% e 15.10%, nos exercícios económicos de 2009, 2008, 2007, 2006, 2005 e 2004, respectivamente, o que em termos médios traduz um valor de 9.33% para o horizonte temporal em análise.

A constatação dos valores de correlação entre recursos de clientes e ROE das instituições bancárias, permite concluir que a mesma se pauta por uma associação fraca e positiva, isto é, valores entre 10% (inclusive) e 50% anos de 2008, 2007, 2005 e 2004 e mesmo infimamente positiva, isto é, valores abaixo de 10% nos anos de 2009 e 2006, respectivamente, tendo em consideração a escala de graus de correlação definida na Tabela 3. Refere-se que a presente intensidade de associação coincide também com o aferido nas duas inferências anteriores.

Em termos médios, e portando representativos dos exercícios económicos em estudo, refere-se uma correlação fraca positiva ou mesmo infimamente positiva, dado que o valor encontrado está no limiar deste grau de associação. Em termos estatísticos, conclui-se que não existe qualquer relação de associação, directa, entre recursos de clientes e ROE das instituições bancárias, pelo que uma QM superior, em termos de recursos de clientes, não proporciona um maior nível de rentabilidade para as instituições bancárias.

Num contexto de QM, o nível de recursos de clientes, o qual se entende pelo capital que se encontra depositado pelos clientes na instituição financeira, podendo esse capital estar remunerado ou não a uma determinada taxa e prazo previamente definida, segundo Caiado et Caiado (2006), não possui qualquer impacto em termos de ROE das mesmas, pelo que quaisquer estratégias que visem um incremento, manutenção ou mesmo diminuição de recursos de clientes não proporcionam, em domínios estatísticos e em termos directos, qualquer variação da rentabilidade das instituições bancárias.

5.5 – Relacionamento entre postos de atendimento e *return on equity*

A última inferência realizada para a consecução do presente objecto de estudo centrou-se na relação potencial entre o número de postos de atendimento e ROE. Esta tinha como objectivo, em semelhança com as anteriores, aferir se uma QM superior, em termos do número de postos de atendimento, proporciona um nível de ROE superior das instituições bancárias. Depreende-se H_0 como “*Não existe uma relação de associação entre o número de postos de atendimento e ROE das instituições bancárias*”, de onde, por seu turno, se depreende H_1 como “*Existe uma relação de associação entre números de postos de atendimento e ROE das instituições bancárias*”.

Analisando os resultados estatísticos aferidos, através da observação da Tabela 12, conclui-se, de forma categórica, que se aceita H_0 , logo afirma-se a não existência de qualquer relação de associação, directa, entre as rubricas objecto. Tal percepção assenta na observação da mesma Tabela, concretamente de um valor – ρ 0.782, 0.363, 0.225, 0.925 0.378, e 0.325, nos exercícios económicos de 2009, 2008, 2007, 2006, 2005 e 2004, respectivamente, o que à luz de um nível de significância de 5%, significa a aceitação da H_0 . Mediante os presentes níveis de significância, que de um ponto de vista estatístico são evidentes, e pela observação da Tabela referida, constata-se que a correlação encontrada foi de 5,18%, 16.91%, 22.43%, -1.77%, 16,38% e 18,26%, nos exercícios económicos de 2009, 2008, 2007, 2006, 2005 e 2004, respectivamente, o que em termos médios traduz um valor de 12,90% para o horizonte temporal em análise.

A constatação dos valores de correlação entre o número de postos de atendimento e ROE das instituições bancárias, permite concluir a mesma se pauta por uma associação fraca e positiva, isto é, valores entre 10% (inclusive) e 50% anos de 2008, 2007, 2005 e 2004 e mesmo infimamente positiva, isto é, valores abaixo de 10% nos anos de 2009 e 2006, como é possível estabelecer pela observação da Tabela 3. Refere-se que a presente intensidade de associação coincide também com o aferir nas primeiras inferências.

Em termos médios, e portando em termos representativos dos anos em estudo, refere-se uma correlação fraca positiva ou mesmo infimamente positiva, dado que o valor encontrado está no limiar deste grau de associação. Em termos estatísticos, conclui-se que não existe qualquer relação de associação, directa, entre o número de postos de atendimento e ROE das instituições

bancárias, pelo que a QM em termos de postos de atendimento não proporciona uma maior rentabilidade para as instituições bancárias.

Num contexto de QM, o número de postos de atendimento, o qual se entende pelo expressão geográfica que cada instituição financeira possui, o que, por outras palavras, expressa uma maior visibilidade e proximidade das instituições bancárias com o cliente final, segundo Caiado et Caiado (2006), não possui qualquer tipo de impacto no nível de rentabilidade que cada instituição possui, pelo que quaisquer decisões estratégicas que visem um incremento, manutenção ou mesmo diminuição do número de postos de atendimento não proporciona, em domínios estatísticos e em termos directos, qualquer variação da rentabilidade das instituições bancárias.

5.6 – Relacionamento rubricas anteriores – mercado concentrado

No desenvolvimento do presente estudo foi observado que o mercado bancário português se encontra extremamente concentrado num conjunto de 6 instituições bancárias, já tendo sido estas referidas.

Em função do grau de concentração que o mercado apresenta, tornou-se relevante desenvolver todas as inferências anteriormente desenvolvidas, concretamente, a relação existente entre activo líquido, crédito a clientes, recursos de clientes e postos de atendimentos face a ROE, onde apenas foram tidas em consideração as 6 instituições bancárias que possuem essa proporção elevada de mercado.

Segundo esta perspectiva, foram realizadas as inferências necessárias para aferir sobre a temática objecto, tendo existido uma adaptação da hipótese em teste.

Os resultados estatísticos apurados possibilitam concluir que se aceita H_0 em todas as relações inferidas, pelo que se postula a não existência de qualquer relação de associação, directa, entre todas as relações objecto. Esta conclusão assenta na observação de um valor – p sempre elevado face ao nível de significância de 5%, sendo que tal facto se sucede para todas as

relações em análise e entre os exercícios económicos de 2004 e 2009, como se constata nas Tabelas 13, 14, 15 e 16.

Mediante os níveis de significância aferidos, salientam-se níveis de correlação, em termos médios, de -26,23%, -28,59%, -10,51% e 16,20%, no caso das relações de activo líquido, crédito a clientes, recursos de clientes e número de postos de atendimento face ROE, respectivamente, como se observa nas Tabelas referidas.

A observação dos valores de correlação entre as rubricas em análise permite concluir uma associação fraca negativa, isto é, valores entre -50% e -10% (inclusive) no caso da associação de ROE com activo líquido, crédito a cliente e recursos de clientes, em termos médios, e uma associação fraca positiva, valores entre 10% (inclusive) e 50%, no caso da relação de ROE com o número de postos de atendimento, como é possível estabelecer pela observação da Tabela 3.

Em termos médios, e portando em termos representativos dos anos em estudo e para todas as relações analisadas, conclui-se que não existe qualquer relação de associação, directa, nas relações analisadas.

Contudo, o estudo do mercado bancário concentrado, tendo em conta as relações analisadas, permite aferir diferenças para o comportamento do mercado em termos agregados. Tal conclusão assenta na observação de uma correlação negativa nas 3 primeiras relações analisadas, entenda-se activo líquido, crédito a clientes e recursos de clientes face a ROE, visto que a mesma correlação é positiva no caso do estudo da amostra com todas as instituições bancárias consideradas no presente estudo. Este facto demonstra que, no caso das relações mencionadas, a QM possui uma relação inversa, ainda que sem significado estatístico, em função do grau de associação fraco, com o ROE das instituições bancárias.

Contudo, não é assertivo concluir que uma QM superior para as relações evidenciadas é sinónimo de um ROE inferior face ao demais *players* no mercado, dado que esta relação apurada, em termos directos de relacionamento, não detém qualquer tipo de significado estatístico, como já foi constatado anteriormente.

5.7 – Relacionamento entre activo líquido, crédito a clientes e recursos de clientes

Paralelamente à análise realizada persecução do objecto do presente estudo, foi também desenvolvido o estudo da relação de associação existente entre as diversas rubricas de QM tidas em consideração anteriormente.

Nestes casos pretendeu-se testar várias hipóteses, sendo que H_0 se define como “*Não existe uma relação de associação entre activo líquido e crédito a clientes das instituições bancárias*”, “*Não existe uma relação de associação entre o activo líquido e recursos de clientes das instituições bancárias*” e “*Não existe uma relação de associação entre recursos de clientes e crédito a clientes das instituições bancárias*”, e por oposição emerge H_1 como “*Existe uma relação de associação entre activo líquido e crédito a clientes das instituições bancárias*”, “*Existe uma relação de associação entre o activo líquido e recursos de clientes das instituições bancárias*” e “*Existe uma relação de associação entre recursos de clientes e crédito a clientes das instituições bancárias*”.

Analisando a todas as inferências realizadas e conforme se constata nas Tabelas 17, 18 e 19, conclui-se a rejeição da H_0 em todas inferências, pelo que prontamente se afirma a existência de uma relação de associação directa entre as rubricas analisadas.

Iniciando a análise pela inferência sobre a relação entre activo líquido e crédito a clientes, através da Tabela 17, observa-se um valor – p de 0 em todos os exercícios económicos em análise, o que à luz de um nível de significância de 5% permite rejeitar H_0 . Em termos de correlação, observando a mesma Tabela, constata-se um nível de 95,10%, 99,40%, 90,60%, 99,20%, 99,30%, 98,90%, nos exercidos económicos de 2009, 2008, 2007, 2006, 2005 e 2004, respectivamente, o que em termos médios traduz um valor de 97,08%.

A segunda inferência realizada, sobre activo líquido e recursos de clientes, através da Tabela 18, observa-se, igualmente, um valor – p de 0 em todos os exercícios económicos em análise, o que à luz de um nível de significância de 5% permite rejeitar H_0 . Em termos de correlação, observando a mesma Tabela, conclui-se um nível de 97,00%, 97,30%, 89,30%,

98,30%, 98,10%, 98,10%, nos exercícios económicos de 2009, 2008, 2007, 2006, 2005 e 2004, respectivamente, o que em termos médios traduz um valor de 96,35%.

Por fim, a última inferência realizada, sobre recursos de clientes e crédito a clientes, através da Tabela 19, observa-se, em analogia com as inferências anteriores, um valor – p de 0 em todos os exercícios económicos em análise, pelo que mediante um nível de significância de 5% permite rejeitar H_0 . Em termos de correlação, pela análise da mesma Tabela, constata-se um nível de 96,00%, 97,50%, 96,10%, 96,00%, 96,00%, 97,30%, nos exercícios económicos de 2009, 2008, 2007, 2006, 2005 e 2004, respectivamente, o que em termos médios traduz um valor de 96,48%.

A observação dos valores de correlação entre inferências testadas permite concluir uma associação forte e positiva, isto é, valores entre 80% (inclusive) e 100% anos em todos os anos de análise, estando muito próxima de perfeita positiva, ou seja, valores iguais a 100% de correlação, segundo o definido na Tabela 3.

Em termos médios, e portando em termos representativos do horizonte temporal analisado, o cenário permanece igual ao já aferido em termos desagregados e para as três relações em análise, pelo que se afere uma correlação forte e positiva, estando mesmo próximo de um nível de correlação perfeito positivo, visto que o valor encontrado está no limiar deste grau de associação. Os resultados estatísticos permitem concluir que existe uma relação de associação, directa, entre recursos de clientes, crédito a clientes e activo líquido das instituições bancárias, pelo que variações na QM, de qualquer uma das rubricas referidas, possuem influência sobre a QM das demais rubricas, visto que se encontram intimamente associadas.

6– Conclusão

6.1 – Relacionamento entre QM e ROE

A presente investigação permitiu concluir que, no caso concreto do sector bancário nacional, não existe qualquer relação directa de associação entre a QM, seja a mesma aferida em termos de activo líquido, crédito a clientes, recursos de clientes e postos de atendimento, com o ROE das instituições bancárias. Esta conclusão assenta na observação de níveis positivos de associação, contudo bastante fracos, possuindo mesmo tendência para uma associação ínfima positiva, visto que foram apurados os valores de associação de 10,96%, 10,40%, 9,33% e 12,90%, em termos médios, para as relações entre activo líquido, crédito a clientes, recursos de clientes e postos de atendimento, respectivamente, com ROE das instituições bancárias.

Como foi já enunciado, a principal conclusão aferida no presente estudo assenta na inexistência de associação directa entre a QM das instituições bancárias, qualquer que seja a rubrica em consideração, com ROE das mesmas, pelo que qualquer decisão estratégica que possa ser delineada e posta em prática pelas instituições bancárias nacionais, por via dos seus gestores, em termos de QM, não terá um impacto directo na rentabilidade das mesmas. Por outras palavras, o crescimento sustentável das instituições bancárias deve ser procurado por outro tipo de orientação estratégica que não a que estipule um incremento da rentabilidade em função das variações da QM que estas possam ou ambicionem vir a possuir.

A conclusão extrapolada contradiz a generalidade da pesquisa empírica aferida, em particular a que estipula as operações de concentração empresarial como veículo de incremento de QM e, assim, da rentabilidade das instituições bancárias. Tais operações não são geradoras de rentabilidade para as instituições, segundo dados estatísticos aferidos no presente estudo, visto que as instituições que possuem uma QM mais elevada não possuem, necessariamente, um nível de rentabilidade superior face aos demais *players* no mercado. A razão pela qual esta associação não é patente, isto é, não se verifica, deve-se a situações de ineficiência operacional das instituições, dado que estas não conseguem maximizar os benefícios com obtenção de um nível de QM mais elevado, através de uma utilização óptima dos seus recursos.

A ineficiência operacional é, em termos lógicos, mais latente nas instituições com uma QM mais elevada, as quais se caracterizam, em geral, por uma estrutura orgânica também mais pesada e portanto com níveis de custos proporcionais mais elevados, algo que não se sucede com instituições que possuam uma estrutura organizacional menos pesada.

A estrutura organizacional causa perdas de rentabilidade reais e potenciais, no âmbito em questão, dado que uma estrutura mais pesada, como foi já referenciado, não permite a maximização dos benefícios obtidos com uma QM superior e assim a potencial repercussão desta na rentabilidade bancária.

Mediante isto, torna-se mais complexa a procura de eficiência nas instituições, a qual se demonstra como fulcral para que as mesmas consigam usufruir da totalidade dos benefícios proporcionados por uma QM mais elevada, como são os casos da visibilidade da marca e o do poder de mercado, entre outros.

6.2 – Relacionamento entre QM e ROE – mercado concentrado

A conclusão retirada no ponto anterior permanece quando analisadas apenas um conjunto de 6 instituições bancárias nacionais, concretamente, CGD, BCP, BES, BST, BPI e BANIF, nas quais o mercado se encontra amplamente concentrado. O conjunto de inferências desenvolvidas, em função desta mesma concentração, demonstrava-se como relevante na persecução do objecto em estudo, visto que estas instituições possuem uma proporção elevada do mercado, como já constatado.

A observação de níveis negativos e fracos de associação, no caso da relação entre activo líquido, crédito a clientes e recursos de clientes com ROE, possuindo mesmo tendência para uma associação negativa ínfima no caso dos recursos de clientes, estipula a inexistência de associação directa entre todas as rubricas objecto; contudo, salienta-se que o sentido da correlação, ainda que não significativa, é contrário ao postulado quando analisado a totalidade do mercado bancário. Esta conclusão assenta na constatação de valores de associação de -26,23%, -28,59% e -10,51%, em termos médios, e ainda na observação de um nível positivo de associação, no caso

da relação entre postos de atendimento com ROE, visto que foi observado um valor de 16,20%, em termos médios.

Em analogia com a primeira conclusão aferida, é novamente salientada a inexistência de associação directa entre a QM das instituições bancárias, qualquer que seja a rubrica em consideração, com ROE das mesmas, pelo que a QM das instituições bancárias não possui impacto directo na rentabilidade das mesmas instituições.

As razões explicativas deste facto podem ser coincidentes com as postuladas no primeiro caso analisado, sendo que estas se pautam por questões de ineficiência operacional significativa provocada por uma estrutura organizacional elevada, isto é, com níveis de custos proporcionais mais elevados. Através da constatação da concentração do mercado bancário, a questão da ineficiência operacional postulada por estruturas organizacionais mais pesadas, assume uma lógica ainda mais credível, visto que a associação negativa apurada entre QM e rentabilidade, permite concluir que instituições bancárias com uma QM superior possuem níveis de rentabilidade inferior.

Existem, porém, diferenças merecedoras de análise e referência no conjunto de inferências realizadas, as quais se observam quando comparadas as inferências realizadas tendo em consideração a totalidade do mercado bancário nacional e as realizadas tendo apenas em consideração a amostra das 6 instituições bancárias onde o mercado se encontra concentrado.

Quando comparados, em termos médios, os níveis de associação obtidos nas duas vertentes de amostra referenciadas, observa-se que a associação passa de positiva para negativa quando se analisa a totalidade do mercado bancário nacional face à amostra das instituições onde este se encontra concentrado.

Assumindo que esta diferença é estatisticamente significativa, e que portanto, existe uma potencial relação, directa, entre QM e a rentabilidade das instituições bancárias, poder-se-ia concluir que, no caso concreto do mercado concentrado, um nível de QM superior, em termos de activo líquido, crédito a clientes e recursos de clientes, seria sinónimo de um nível de ROE inferior, visto que se verifica uma associação negativa. Esta conclusão não seria análoga para a

totalidade do mercado bancário, visto que todas as relações inferidas apontavam num sentido positivo, o que significa que uma maior QM proporcionaria um nível de ROE também superior.

Caso esta análise estivesse fundamentada por inferências estatísticas que comprovassem a associação entre as variáveis objecto, o facto de se terem observado direcções de associação diferentes permitiria afirmar que o mercado bancário não é homogéneo, visto que possui um comportamento diferente quando se analisam apenas 6 instituições bancárias, as quais possuem uma proporção elevada de QM em todas as rubricas analisadas, face à totalidade do mercado bancário.

Como o suporte estatístico desenvolvido não valida a presente discussão, seria erróneo afirmar que uma QM superior causaria uma diminuição da rentabilidade das instituições bancárias, no caso do conjunto de instituições onde o mercado se encontra amplamente concentrado, bem como que uma QM superior causaria um incremento da rentabilidade das instituições bancárias, desta vez quando considerada a totalidade do mercado. Salienta-se que, no intuito de validar a lógica postulada, seria necessário realizar a presente investigação através de um número de observações superior, isto é, recorrendo a dados económico-financeiros de outras instituições bancárias sediadas em diferentes mercados para além do nacional.

Um estudo semelhante ao presente trabalho de investigação, desenvolvido por Vaz (1999), pretendeu analisar e explicar, tanto quanto possível, a relação entre a estratégia e a performance das instituições bancárias nacionais, tendo para tal definido *drivers* da performance bancária, como o caso da teoria da estratégia, dos custos de transacção e capacidades das instituições bancárias, para a elaboração do modelo que viria a suportar a evidencia estatística necessária para atingir o seu objecto em estudo.

Os *drivers* definidos pelo autor, para além de se definirem como determinantes do modelo construído, pautam-se igualmente por serem factores que possuem impacto sobre a eficiência das instituições.

As conclusões obtidas pelo mesmo, concretamente, o facto de que a eficiência e os riscos de carteira causarem efeitos indirectos sobre a estratégia bancária e assim sobre a sua

performance, vão ao encontro da linha de orientação fornecida pelo presente estudo, nomeadamente, no tocante a questões de eficiência das instituições.

O autor conclui que a eficiência provoca impactos significativos na performance bancária, pelo que a sua maximização é fundamental a quando da formulação estratégica, sendo que o presente estudo corrobora a mesma conclusão.

Retomando Silva (2009), especificamente, quando este descreve o conceito de eficiência bancária, e assumindo a lógica de Vaz (1999) e as conclusões apuradas no presente estudo, é possível estabelecer que a eficiência deverá ocupar um lugar de relevância na gestão e liderança das instituições bancárias nacionais, sendo que a formulação estratégica desenvolvida deve conter metas ambiciosas para que possa minimizar os custos de produção do serviço bancário. Esta diminuição ou manutenção do nível de custos à medida que a produção dos serviços das instituições aumente, em consonância com uma intenção de crescimento em termos de QM, poderá permitir incrementos de performance significativos para as instituições bancárias nacionais, sendo sempre fulcral um controlo rigoroso da relação entre eficiência, crescimento orgânico, QM e rentabilidade.

Retomando a conclusão aferida pelo presente estudo, novamente se sublinha que a temática da eficiência operacional emerge como potencial explicação para a inexistência da relação de associação directa entre a QM e a rentabilidade das instituições bancárias.

Por fim, em consonância com um dos propósitos do presente estudo, concretamente, a procura de informação que permitisse uma tomada de decisão mais informada dos gestores bancários e, por conseguinte, mais eficaz, acentua-se que estes deverão dirigir o seu enfoque para estratégias que visem, de forma eficiente, mitigar a questão da ineficiência operacional das suas instituições, e não para estratégias que possuam objectos de QM de forma a incrementar a sua rentabilidade, visto que estas últimas não proporcionam a consecução dos objectivos estratégicos de rentabilidade de forma eficaz.

6.3 – Investigações futuras

O presente estudo de investigação procurou avaliar a potencial relação de associação entre QM e ROE das instituições bancárias nacionais, contudo sempre em termos directos, ou seja, foi sempre tido em consideração a QM das instituições bancárias em vários termos e um indicador financeiro como é o caso do ROE. Contudo, este último foi calculado e considerado em termos agregados, portanto sem desagregação para efeitos das inferências realizadas.

A desagregação do indicador do ROE define-se na análise *dupont* explicada por VAZ (2002), onde o autor define que esta análise procura desagregar o rácio do ROE de forma a melhor evidenciar como esse foi apurado. A avaliação do desempenho através desta metodologia pressupõe a construção do rácio do ROE através do seu cálculo como se constata na Equação 4.

Esta desagregação do indicador de rentabilidade poderia proporcionar uma explicação mais concreta sobre as razões da inexistência de associação entre QM e rentabilidade das instituições bancárias. Seria necessário realizar diversas inferências, em função da desagregação deste indicador face às diversas rubricas de QM em análise.

A realização deste estudo seria benéfico para os gestores bancários visto que, potencialmente, poderia proporcionar uma explicação mais concreta sobre a associação entre QM e a rentabilidade bancária..

Anexo I - Instituições Bancárias

1. ACTIVO BANK — BANCO ACTIVOBANK S.A.
2. BAI — BANCO AFRICANO DE INVESTIMENTO EUROPA, S.A.
3. BANCO INVEST — BANCO INVEST, S.A.
4. BANCO MAIS — BANCO MAIS, S.A.
5. BANIF — BANCO INTERNACIONAL DO FUNCHAL, S.A.
6. BARCLAYS — BARCLAYS BANK PLC
7. BBVA — BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA S.A.
8. BCP — BANCO COMERCIAL PORTUGUÊS, S.A.
9. BES — BANCO ESPÍRITO SANTO, S.A.
10. BEST — BEST – BANCO ELECTRÓNICO DE SERVIÇO TOTAL, S.A.
11. BIG — BANCO DE INVESTIMENTO GLOBAL. S.A.
12. B I I — BANCO DE INVESTIMENTO IMOBILIÁRIO, S.A.
13. BNP — BNP PARIBAS
14. BPG — BANCO PORTUGUÊS DE GESTÃO
15. BPI — BANCO PORTUGUÊS DE INVESTIMENTO, S.A.
16. BSN — BANCO SANTANDER DE NEGÓCIOS PORTUGAL, S.A.
17. BST — BANCO SANTANDER TOTTA, S.A.
18. CAIXA GALÍCIA — CAJA DE AHORROS DE GALÍCIA
19. CAIXA VIGO — CAIXA DE AFORROS DE VIGO, O. E PONTEVEDRA
20. CCCAM — CAIXA CENTRAL DE CRÉDITO AGRÍCOLA MÚTUO
21. CETELEM — BANCO CETELEM, S.A.
22. CGD — CAIXA GERAL DE DEPÓSITOS, S.A.
23. CREDIFIN — BANCO DE CRÉDITO AO CONSUMO, S.A.
24. DEUTSCHE BANK — DEUTSCHE BANK (PORTUGAL), S.A.
25. FINANTIA — BANCO FINANTIA, S.A.
26. FINIBANCO — FINIBANCO S.A.
27. FORTIS BANK — FORTIS BANK
28. ITAÚ — BANCO ITAÚ EUROPA, S.A.
29. MG — CAIXA ECONÓMICA – MONTEPIO GERAL
30. POPULAR — BANCO POPULAR PORTUGAL, S.A.

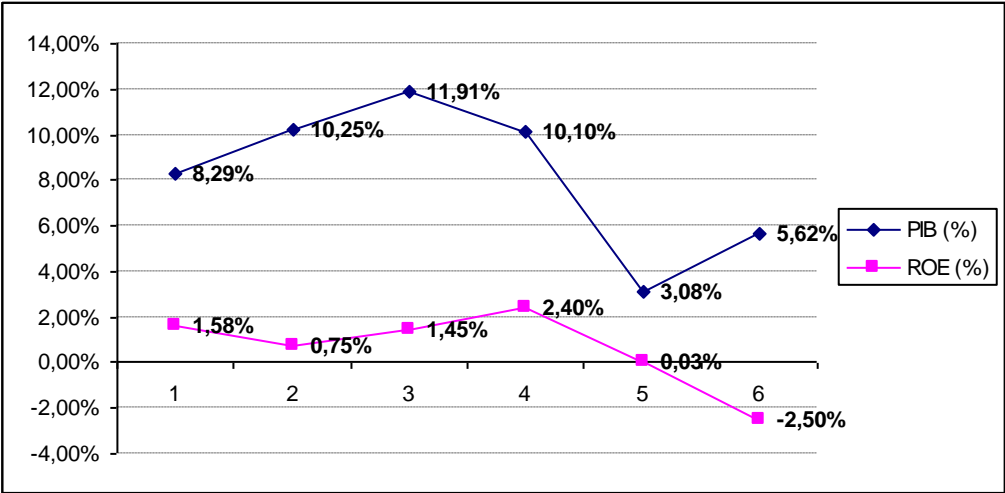
Anexo II - Ilustrações

Ilustração 1 - QM e ROE

Quota de Mercado	ROE % (Médio)		
	Incremento 2%	Manutenção	Decréscimo 2%
Abaixo 10%	7,5	10,4	10
10 - 20%	13,3	12,6	14,5
20 - 30%	20,5	21,6	9,5
30 - 40%	24,1	24,6	7,3
Acima 40%	29,6	31,9	32,6

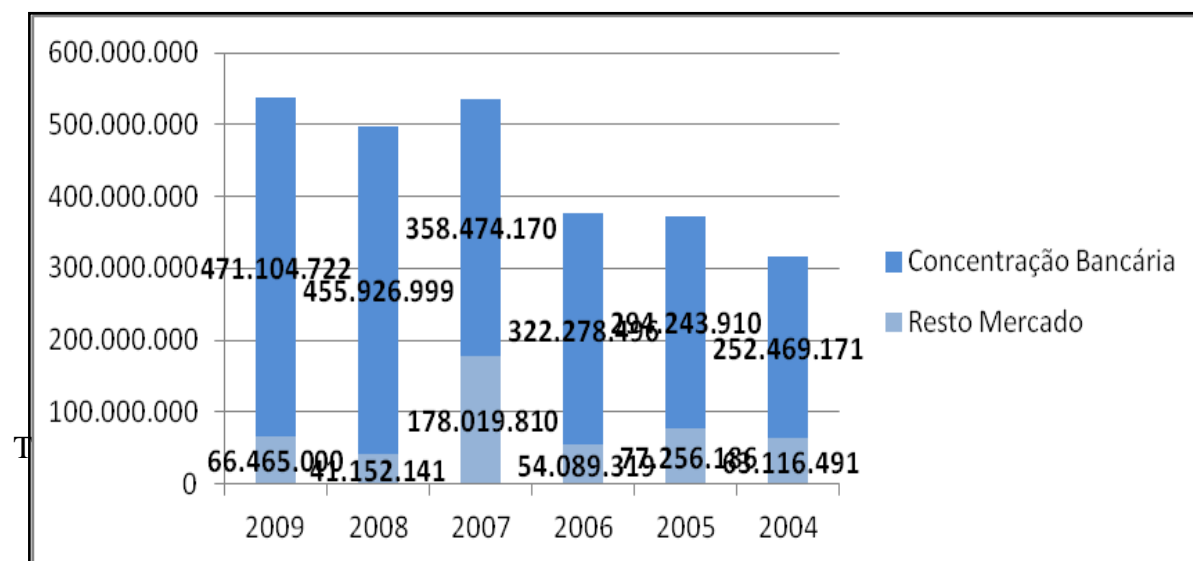
Fonte: “Market Share – A Key to Profitability

Ilustração 2 - Evolução ROE e PIB (2004 - 2009)



Fonte: Instituto Nacional de Estatística e APB

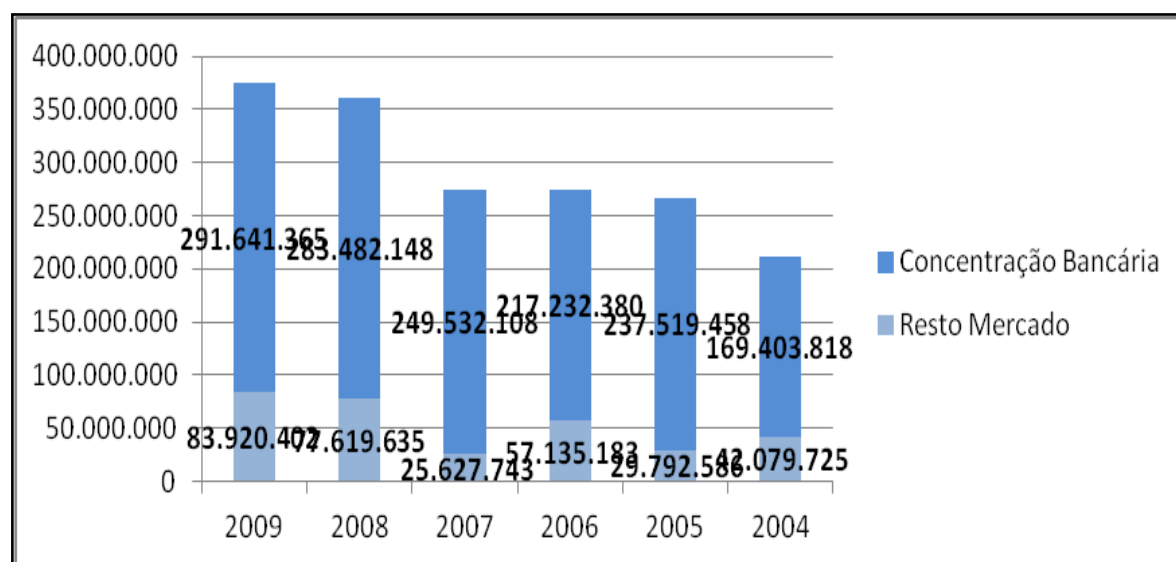
Ilustração 3 - Concentração AL (2004 – 2009)



Fonte: Boletim Informativo nº 36, 37, 39, 41, 43 e 45, APB

Nota: Unidades Monetária em Milhares de Euros

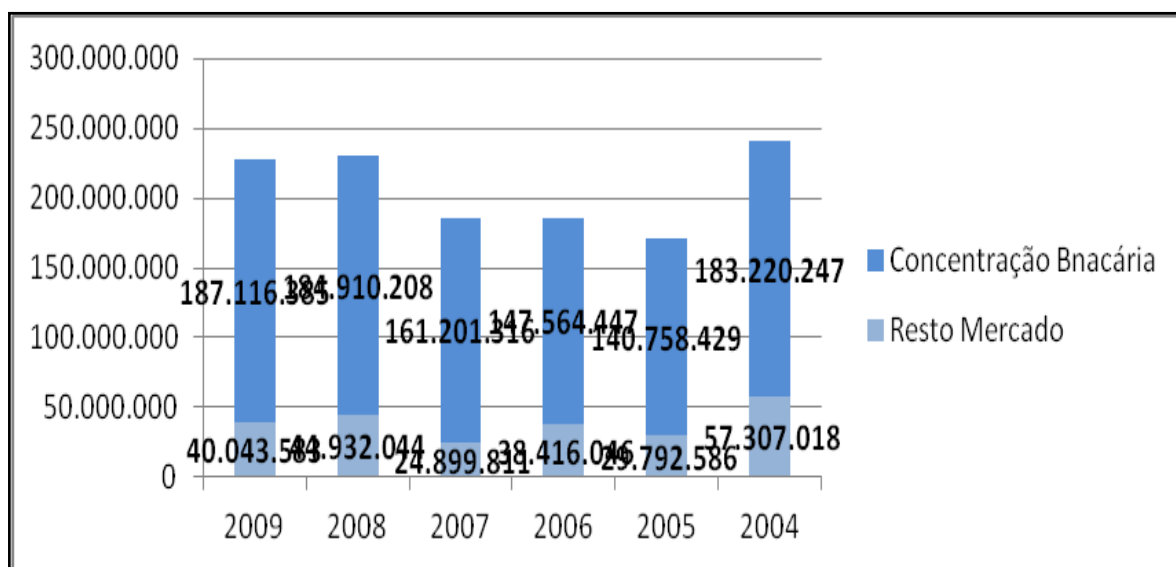
Ilustração 4 - Concentração CC (2004 – 2009)



Fonte: Boletim Informativo nº 36, 37, 39, 41, 43 e 45, APB

Nota: Unidades Monetária em Milhares de Euros

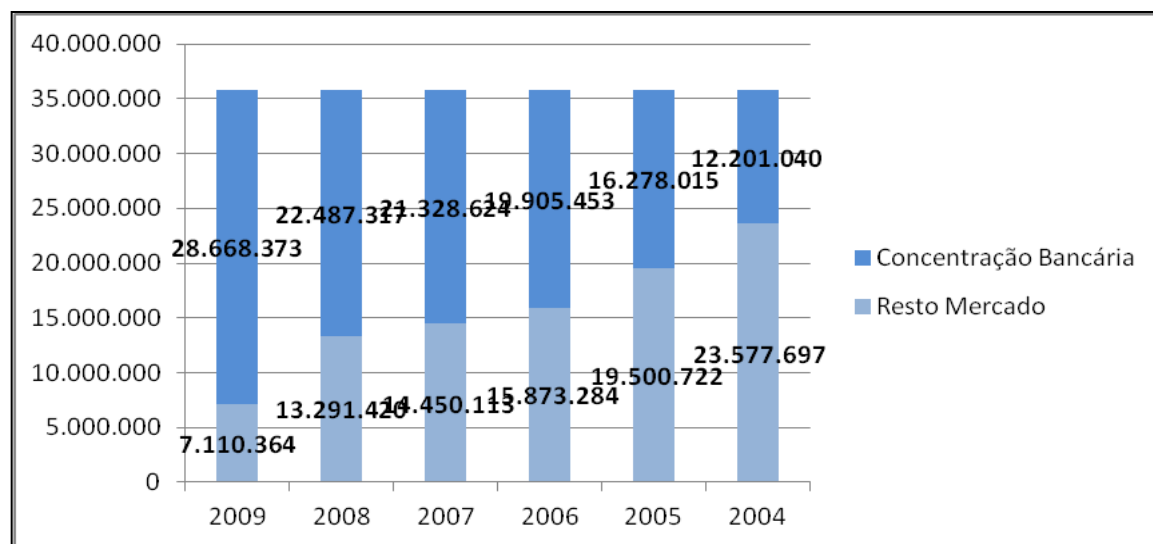
Ilustração 5 - Concentração RC (2004 – 2009)



Fonte: Boletim Informativo nº 36, 37, 39, 41, 43 e 45, APB

Nota: Unidades Monetária em Milhares de Euros

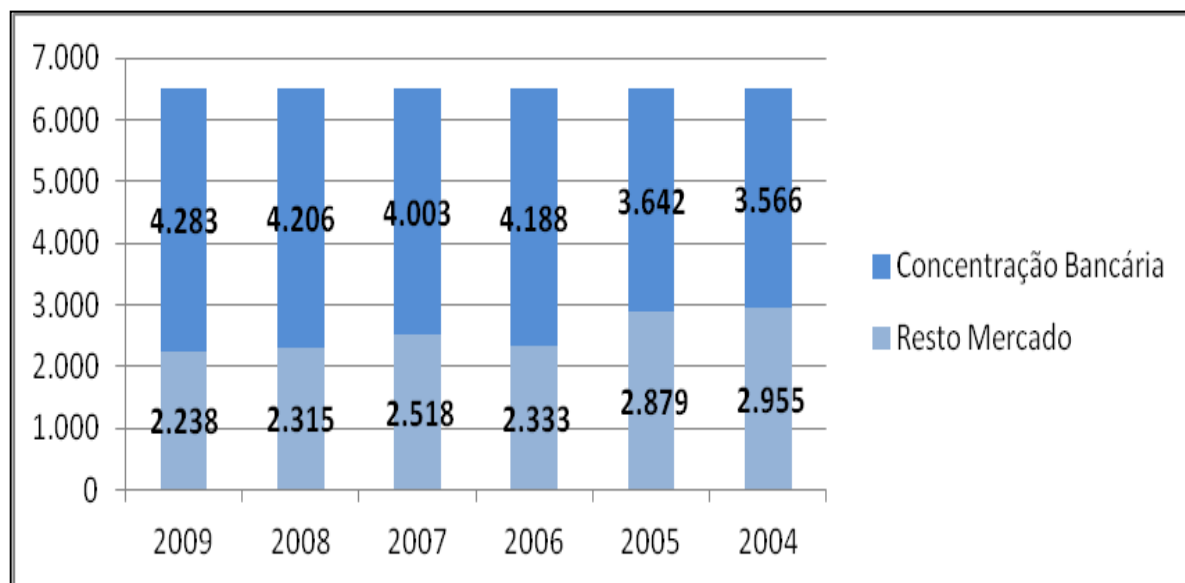
Ilustração 6 - Concentração SL (2004 – 2009)



Fonte: Boletim Informativo nº 36, 37, 39, 41, 43 e 45, APB

Nota: Unidades Monetária em Milhares de Euros

Ilustração 7 - Concentração PA (2004 – 2009)



Fonte: Boletim Informativo nº 36, 37, 39, 41, 43 e 45, APB

Nota: Unidades Monetária em Milhares de Euros

Anexo III - Tabelas

Tabela 1 - Estratégias versus QM

Quota de Mercado	ROE % (Médio)		
	Incremento 2%	Manutenção	Decréscimo 2%
Abaixo 10%	7,5	10,4	10
10 - 20%	13,3	12,6	14,5
20 - 30%	20,5	21,6	9,5
30 - 40%	24,1	24,6	7,3
Acima 40%	29,6	31,9	32,6

Fonte: “*Market Share – A Key to Profitability*”

Tabela 2 - Associação ROE e PIB (2004 – 2009)

Ano	ROE (%)	PIB (%)	Diferença (%)
2004	8,29%	1,58%	6,71%
2005	10,25%	0,75%	9,50%
2006	11,91%	1,45%	10,46%
2007	10,10%	2,40%	7,70%
2008	3,08%	0,03%	3,05%
2009	5,62%	-2,50%	8,12%
Médio	8,21%	0,62%	7,59%

Fonte: Elaboração Própria

Tabela 3 - Coeficiente Correlação

Coeficiente de Correlação	Correlação
$r = 1$	Perfeita Positiva
$0,8 \leq r < 1$	Forte Positiva
$0,5 \leq r < 1$	Moderada Positiva
$0,1 \leq r < 0,5$	Fraca Positiva
$0 < r < 0,1$	Ínfima Positiva
0	Nula
$0,1 < r < 0$	Ínfima Negativa
$0,5 < r \leq 0,1$	Fraca Negativa
$0,8 < r \leq 0,5$	Moderada Negativa
$1 < r \leq 0,8$	Forte Negativa
$r = 1$	Perfeita Negativa

Fonte: Departamento Matemática, Universidade Autónoma Lisboa

Tabela 4 - ABP\ AL (2004 – 2009)

	Exercícios Económicos
--	-----------------------

Instituições Bancárias	2009	2008	2007	2006	2005	2004
	120.984.842	111.060.082	103.553.764	96.245.808	86.476.164	70.268.817
	95.550.410	94.423.724	88.166.161	79.258.746	76.849.602	71.678.496
	82.297.200	75.186.728	68.354.713	59.138.806	50.221.841	45.900.965
	48.590.430	44.084.898	42.002.504	37.757.515	36.225.457	29.255.976
	47.449.179	43.003.399	40.545.949	35.565.483	30.158.708	24.010.267
	17.244.767	16.851.534	16.896.729	15.898.640	14.671.864	12.418.904
	16.978.415	9.960.811	8.641.259	6.719.432	4.866.281	3.496.726
	26.010.820	22.437.262	15.851.079	14.312.138	14.312.138	11.354.650
	12.096.922	11.446.822	10.112.953	10.112.953	9.369.887	8.693.169
	8.833.191	9.032.594	7.544.650	6.272.394	6.272.394	326.292
	6.941.048	6.862.296	5.491.123	4.808.814	4.804.814	3.881.961
	4.246.407	4.407.002	5.717.133	5.363.914	5.363.914	4.832.641
	4.038.951	3.952.776	2.672.762	2.671.762	2.524.126	2.433.329
	3.396.858	3.301.841	4.316.931	4.375.133	4.375.133	5.696.078
	3.155.237	3.082.556	2.250.193	2.146.456	2.146.456	1.724.839
	3.105.680	3.895.328	5.106.642	5.106.642	2.684.488	1.450.825
	1.527.459	1.801.628	1.376.836	149.636	1.284.389	1.150.181
	1.366.973	739.931	564.699	405.951	405.951	336.964
	1.033.118	1.745.209	3.258.412	2.364.174	2.364.174	1.978.910
	996.824	1.164.580	411.859	174.822	174.822	79.359
	899.140	1.285.498	852.403	852.403	646.934	507.751
	775.730	781.706	675.132	615.970	615.970	487.994
	756.888	815.812	688.090	521.804	521.804	364.357
	703.350	563.069	409.820	409.820	297.339	246.637
	659.048	682.311	555.545	487.230	487.230	426.082
	575.410	497.669	389.186	309.223	309.223	277.466
	548.216	595.157	549.230	549.230	451.564	402.132
	451.409	612.825	323.617	256.894	256.894	254.749
	239.610	265.867	212.164	191.539	191.539	177.915
	105.370	100.963	128.012	126.858	126.858	116.580
TOTAL	511.558.902	474.641.878	437.619.550	393.170.190	359.457.958	304.231.012
MÉDIA SECTOR	16.799.054	15.533.723	14.170.957	12.733.823	11.680.316	9.862.052

Tabela 5 - APB \ CC (2004 – 2009)

Instituições Bancárias	Exercícios Económicos					
	2009	2008	2007	2006	2005	2004
	79.627.233	77.432.980	68.573.149	58.824.420	51.337.250	46.619.000
	77.248.210	76.645.470	66.872.781	57.912.288	54.253.547	51.249.108
	50.531.154	48.197.539	43.160.658	35.751.832	31.661.998	28.087.933
	31.905.000	33.154.818	30.769.866	28.826.242	27.747.165	15.930.847
	30.485.950	29.723.757	27.603.225	24.941.380	21.270.390	19.021.089
	15.176.295	15.393.813	14.903.494	13.957.649	12.785.211	10.653.708
	8.895.897	6.383.816	6.038.437	4.254.960	3.162.973	2.293.532
	21.843.818	18.327.584	12.552.429	10.976.218	10.976.218	8.495.841
	8.858.793	8.372.736	6.901.264	6.901.264	6.810.855	6.546.522
	6.436.201	6.716.925	581.928	4.942.981	4.942.981	269.900
	5.809.891	5.602.606	4.740.538	3.712.401	3.712.401	3.172.738
	3.332.680	3.695.051	4.818.369	4.572.406	4.572.406	3.885.508
	1.198.982	1.322.299	579.917	579.917	480.471	510.213
	2.087.592	1.633.515	724.210	642.558	642.558	1.449.846
	2.554.740	2.528.088	1.855.985	1.797.669	1.797.669	1.446.188
	2.070.059	2.286.442	1.348.871	1.348.871	299.696	331.865
	745.287	726.123	511.413	132.545	399.385	409.787
	1.401.860	771.107	509.552	414.125	413.125	328.033
	91.549	134.708	103.588	104.222	104.222	96.033
	94.187	89.586	26.964	31.316	26.964	63.792
	317.834	614.900	429.647	441.978	415.497	397.621
	683.220	702.912	609.500	590.717	590.717	437.136
	724.123	776.836	579.355	441.978	463.513	327.932
	56.891	29.414	73.319	74.936	49.446	50.450
	678.944	671.087	619.342	560.484	536.935	458.386
	392.278	376.158	283.971	328.695	248.056	212.917
	316.681	334.165	255.043	231.518	195.596	44.729
	60.694	34.954	10.066	477	477	18.733
	26.871	20.877	30.178	25.940	25.940	109.025


	65.035	73.933	63.860	43.637	52.011	69.290
TOTAL	353.717.949	342.774.199	296.130.919	263.365.624	239.975.673	202.987.702
MÉDIA SECTOR	11.736.305	11.284.431	9.646.355	8.573.183	7.842.247	6.608.861

Tabela 6 - APB \ RC (2004 – 2009)






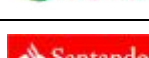

















Instituições Bancárias	Exercícios Económicos					
	2009	2008	2007	2006	2005	2004
	64.255.685	60.127.756	54.038.767	53.767.835	49.663.369	56.699.510
	46.307.233	44.907.168	39.246.611	33.244.197	34.395.431	49.364.563
	25.446.450	26.386.754	23.775.030	21.993.671	20.753.083	33.073.616
	15.081.297	15.700.248	16.033.144	15.622.396	15.217.252	19.426.400
	22.617.852	25.633.620	20.621.866	16.235.505	14.028.451	17.491.102
	9.189.858	8.330.340	8.373.164	8.305.197	7.779.526	10.416.509
	3.605.162	2.521.831	2.204.357	1.538.222	954.400	899.173
	13.407.868	12.154.662	7.485.898	6.700.843	6.700.843	7.165.056
	1.007.053	9.612.507	9.157.713	8.607.780	8.128.163	7.584.392
	3.523.063	2.395.862	2.995.529	3.004.755	2.875.219	11.208.819
	3.030.020	3.085.256	1.645.637	2.023.234	2.023.234	1.732.948
	42	18	49	65	65	1.422.239
	13.457	14.058	25.351	70.236	70.236	670.742
	1.392.350	1.262.505	3.364.152	4.027.060	4.027.060	3.889.752
	2.162.933	2.218.964	1.679.613	1.352.623	1.352.623	1.431.615
	260.228	173.151	1.079.043	701.793	1.196.216	515.048
	195.204	211.196	178.919	194.894	191.045	190.594
	7.188	0	0	0	0	7.609.855
	635.776	629.165	1.002.690	1.004.567	1.030.219	893.350
	94.468	119.265	77.833	77.833	39.706	59.028
	57.570	42.423	68.897	110.139	102.496	30.820
	58.291	41.335	32.069	31.294	32.294	31.732
	87.334	76.025	118.480	118.480	66.413	369.975
	304.985	296.490	222.864	223.864	114.657	137.554
	38.590	532.564	39.572	26.161	26.161	18.338
	313.793	295.371	281.406	243.369	203.517	466.806
	99.099	107.361	79.872	79.872	221.104	101.798
	315.221	533.358	378.871	0	182.130	231.468
	211.396	237.964	229.293	183.893	164.645	154.586
	32.634	40.373	36.179	44.202	42.458	74.821

TOTAL	213.752.100	217.687.590	194.472.869	179.533.980	171.582.016	233.362.209
-------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Tabela 7 - APB \ PA (2004 – 2009)

Instituições Bancárias	Exercícios Económicos					
	2009	2008	2007	2006	2005	2004
	48	31	10	88	70	78
	03	10	76	54	91	92
	05	13	75	05	84	71
	21	14	06	96	63	40
	53	57	06	14	70	25
	26	20	00	95	95	97
	56	06	60	00	9	0
	53	81	30	93	64	60
	82	66	44	31	28	16
	32	32	18	00	67	
	4	03	09	08	10	10
						
						
	1	4	2	8		
	73	72	50	27	11	6
						
						
						
						
						
						
						

Tabela 8 - APB

								
		1	2					
								\ ROE (2004 – 2009)
Instituições Bancárias	Exercícios Económicos							
	2009	2008	2007	2006	2005	2004		
	,90%	,37%	5,45%	4,64%	2,47%	4,96%		
	,12%	,22%	1,50%	5,39%	6,37%	4,23%		
	,52%	,65%	1,21%	,72%	,26%	2,21%		
	6,29%	7,66%	9,09%	6,89%	7,08%	9,50%		
	,60%	,66%	8,64%	7,88%	6,86%	5,65%		
	,51%	,11%	,55%	,34%	,62%	,06%		
	9,71%	2,37%	10,54%	9,51%	4,00%	1,37%		
	,25%	,16%	2,58%	1,50%	2,40%	,17%		
	,23%	2,38%	3,61%	1,81%	0,77%	3,80%		
	,48%	,12%	1,37%	,86%	1,78%	,87%		
	,01%	,04%	10,01%	,13%	,67%	,05%		
	14,91%	0,90%	,14%	2,40%	2,38%	,85%		
	,59%	0,08%	0,49%	,11%	,13%	,41%		
	,11%	,07%	0,80%	,55%	,84%	4,87%		
	,01%	39,42%	1,71%	3,57%	1,89%	,78%		
	,42%	,05%	5,57%	5,09%	8,52%	8,34%		
	9,05%	4,53%	0,70%	4,22%	0,62%	3,75%		
	,43%	,86%	5,57%	5,57%	5,34%	21,94%		
	7,79%	,12%	0,31%	3,35%	0,59%	5,16%		
	,14%	,58%	0,11%	,57%	,68%	32,01%		
								









	2,27%	5,49%	,22%	,48%	,68%	,74%
NOVACAIXA G	4,71%	2,91%	8,19%	0,93%	3,67%	2,96%
 CAIXA	47,14%	7,16%	13,06%	,76%	2,03%	7,93%
 BIG	,58%	,98%	1,00%	,64%	,85%	,24%
 CRED	1,61%	,57%	,66%	2,71%	4,34%	1,73%
 Banco	1,45%	6,05%	5,43%	3,18%	2,92%	14,77%
 BANCO INV	,14%	63,67%	,29%	,13%	,76%	3,05%
 b banco	6,51%	,91%	,82%	7,27%	29,30%	42,87%
 ActiveB	2,63%	,18%	,14%	,33%	,07%	,47%
 Banco	,57%	4,36%	,66%	,65%	,68%	,42%
MÉDIA SECTOR	,70%	,34%	,44%	1,18%	0,08%	5,10%

Tabela 9 - Correlação \ AL e ROE

		a9	r9	a8	r8	a7	r7	a6	r6	a5	r5	a4	r4
a9	Pearson Correlation	1	,028										
	Sig. (2-tailed)		,882										
r9	Pearson Correlation	,028	1										
	Sig. (2-tailed)	,882											
a8	Pearson Correlation			1	,147								
	Sig. (2-tailed)				,431								
r8	Pearson Correlation			,147	1								
	Sig. (2-tailed)			,431									
a7	Pearson Correlation					1	,208						
	Sig. (2-tailed)						,260						
r7	Pearson Correlation					,208	1						
	Sig. (2-tailed)					,260							
a6	Pearson Correlation							1	-,033				
	Sig. (2-tailed)								,861				
r6	Pearson Correlation							-,033	1				
	Sig. (2-tailed)							,861					
a5	Pearson Correlation									1	,147		
	Sig. (2-tailed)										,429		
r5	Pearson Correlation									,147	1		
	Sig. (2-tailed)									,429			
a4	Pearson Correlation											1	,160
	Sig. (2-tailed)												,390
r4	Pearson Correlation											,160	1
	Sig. (2-tailed)											,390	

Fonte: SPSS

Tabela 10 - Correlação \ CC e ROE

Correlations													
		c9	r9	c8	r8	c7	r7	c6	r6	c5	r5	c4	r4
c9	Pearson Correlation	1	,011										
	Sig. (2-tailed)		,954										
r9	Pearson Correlation	,011	1										
	Sig. (2-tailed)	,954											
c8	Pearson Correlation			1	,139								
	Sig. (2-tailed)				,455								
r8	Pearson Correlation			,139	1								
	Sig. (2-tailed)			,455									
c7	Pearson Correlation					1	,196						
	Sig. (2-tailed)						,290						
r7	Pearson Correlation					,196	1						
	Sig. (2-tailed)					,290							
c6	Pearson Correlation							1	-,034				
	Sig. (2-tailed)								,855				
r6	Pearson Correlation							-,034	1				
	Sig. (2-tailed)							,855					
c5	Pearson Correlation									1	,156		
	Sig. (2-tailed)										,403		
r5	Pearson Correlation									,156	1		
	Sig. (2-tailed)									,403			
c4	Pearson Correlation											1	,156
	Sig. (2-tailed)												,402
r4	Pearson Correlation											,156	1
	Sig. (2-tailed)											,402	

Fonte: SPSS

Tabela 11 - Correlação \ RC e ROE

		r9	ro9	r8	ro8	r7	ro7	r6	ro6	r5	ro5	r4	ro4
r9	Pearson Correlation	1	,006										
	Sig. (2-tailed)		,976										
ro9	Pearson Correlation	,006	1										
	Sig. (2-tailed)	,976											
r8	Pearson Correlation			1	,115								
	Sig. (2-tailed)				,536								
ro8	Pearson Correlation			,115	1								
	Sig. (2-tailed)			,536									
r7	Pearson Correlation					1	,192						
	Sig. (2-tailed)						,300						
ro7	Pearson Correlation					,192	1						
	Sig. (2-tailed)					,300							
r6	Pearson Correlation							1	-,027				
	Sig. (2-tailed)								,884				
ro6	Pearson Correlation							-,027	1				
	Sig. (2-tailed)							,884					
r5	Pearson Correlation									1	,123		
	Sig. (2-tailed)										,510		
ro5	Pearson Correlation									,123	1		
	Sig. (2-tailed)									,510			
r4	Pearson Correlation											1	,151
	Sig. (2-tailed)												,417
ro4	Pearson Correlation											,151	1
	Sig. (2-tailed)											,417	

Fonte: SPSS

Tabela 12 - Correlação \ PT e ROE

		ag9	r9	ag8	r8	ag7	r7	ag6	r6	ag5	r5	ag4	r4
ag9	Pearson Correlation	1	,052										
	Sig. (2-tailed)		,782										
r9	Pearson Correlation	,052	1										
	Sig. (2-tailed)	,782											
ag8	Pearson Correlation			1	,169								
	Sig. (2-tailed)				,363								
r8	Pearson Correlation			,169	1								
	Sig. (2-tailed)			,363									
ag7	Pearson Correlation					1	,224						
	Sig. (2-tailed)						,225						
r7	Pearson Correlation					,224	1						
	Sig. (2-tailed)					,225							
ag6	Pearson Correlation							1	-,018				
	Sig. (2-tailed)								,925				
r6	Pearson Correlation							-,018	1				
	Sig. (2-tailed)							,925					
ag5	Pearson Correlation								-,025	1			
	Sig. (2-tailed)								,894				
r5	Pearson Correlation								,870**	,164			
	Sig. (2-tailed)								,000	,378			
ag4	Pearson Correlation											1	,183
	Sig. (2-tailed)												,325
r4	Pearson Correlation											,183	1
	Sig. (2-tailed)											,325	

Fonte: SPSS

Tabela 13 – Correlação \ AL e ROE - Concentrado

		a9	r9	a8	r8	a7	t7	a6	r6	a5	r5	a4	r4
a9	Pearson Correlation	1	-,289										
	Sig. (2-tailed)		,579										
r9	Pearson Correlation	-,289	1										
	Sig. (2-tailed)	,579											
a8	Pearson Correlation			1	-,605								
	Sig. (2-tailed)				,203								
r8	Pearson Correlation			-,605	1								
	Sig. (2-tailed)			,203									
a7	Pearson Correlation					1	-,010						
	Sig. (2-tailed)						,984						
t7	Pearson Correlation					-,010	1						
	Sig. (2-tailed)					,984							
a6	Pearson Correlation							1	-,364				
	Sig. (2-tailed)								,479				
r6	Pearson Correlation							-,364	1				
	Sig. (2-tailed)							,479					
a5	Pearson Correlation									1	-,473		
	Sig. (2-tailed)										,343		
r5	Pearson Correlation									-,473	1		
	Sig. (2-tailed)									,343			
a4	Pearson Correlation											1	,167
	Sig. (2-tailed)												,752
r4	Pearson Correlation											,167	1
	Sig. (2-tailed)											,752	

Fonte: SPSS

Tabela 14 - Correlação \ CC e ROE - Concentrado

		c9	r9	c8	r8	c7	r7	c6	r6	c5	r5	c4	r4
c9	Pearson Correlation	1	-,468										
	Sig. (2-tailed)		,350										
r9	Pearson Correlation	-,468	1										
	Sig. (2-tailed)	,350											
c8	Pearson Correlation			1	-,340								
	Sig. (2-tailed)				,510								
r8	Pearson Correlation			-,340	1								
	Sig. (2-tailed)			,510									
c7	Pearson Correlation					1	-,007						
	Sig. (2-tailed)						,989						
r7	Pearson Correlation					-,007	1						
	Sig. (2-tailed)					,989							
c6	Pearson Correlation							1	-,461				
	Sig. (2-tailed)								,358				
r6	Pearson Correlation							-,461	1				
	Sig. (2-tailed)							,358					
c5	Pearson Correlation									1	-,501		
	Sig. (2-tailed)										,311		
r5	Pearson Correlation									-,501	1		
	Sig. (2-tailed)									,311			
c4	Pearson Correlation											1	,061
	Sig. (2-tailed)												,909
r4	Pearson Correlation											,061	1
	Sig. (2-tailed)											,909	

Fonte: SPSS

Tabela 15 - Correlação \ RC e ROE - Concentrado

		r9	ro9	r8	ro8	r7	ro7	r6	ro6	r5	ro5	r4	ro4
r9	Pearson Correlation	1	-,550										
	Sig. (2-tailed)		,258										
ro9	Pearson Correlation	-,550	1										
	Sig. (2-tailed)	,258											
r8	Pearson Correlation			1	-,421								
	Sig. (2-tailed)				,405								
ro8	Pearson Correlation			-,421	1								
	Sig. (2-tailed)			,405									
r7	Pearson Correlation					1	,231						
	Sig. (2-tailed)						,660						
ro7	Pearson Correlation					,231	1						
	Sig. (2-tailed)					,660							
r6	Pearson Correlation							1	-,189				
	Sig. (2-tailed)								,720				
ro6	Pearson Correlation							-,189	1				
	Sig. (2-tailed)							,720					
r5	Pearson Correlation									1	,159		
	Sig. (2-tailed)										,763		
ro5	Pearson Correlation									,159	1		
	Sig. (2-tailed)									,763			
r4	Pearson Correlation											1	,140
	Sig. (2-tailed)												,792
ro4	Pearson Correlation											,140	1
	Sig. (2-tailed)											,792	

Fonte: SPSS

Tabela 16 - Correlação \ PA e ROE - Concentrado

		ag9	r9	ag8	r8	ag7	r7	ag6	r6	ag5	r5	ag4	r4
ag9	Pearson Correlation	1	,021										
	Sig. (2-tailed)		,969										
r9	Pearson Correlation	,021	1										
	Sig. (2-tailed)	,969											
ag8	Pearson Correlation			1	-,033								
	Sig. (2-tailed)				,950								
r8	Pearson Correlation			-,033	1								
	Sig. (2-tailed)			,950									
ag7	Pearson Correlation			,996**	,054	1	,240						
	Sig. (2-tailed)						,647						
r7	Pearson Correlation					,240	1						
	Sig. (2-tailed)					,647							
ag6	Pearson Correlation							1	-,368				
	Sig. (2-tailed)								,473				
r6	Pearson Correlation							-,368	1				
	Sig. (2-tailed)							,473					
	N							6	6				
ag5	Pearson Correlation									1	,584		
	Sig. (2-tailed)										,224		
r5	Pearson Correlation									,584	1		
	Sig. (2-tailed)									,224			
ag4	Pearson Correlation											1	,529
	Sig. (2-tailed)												,280
r4	Pearson Correlation											,529	1
	Sig. (2-tailed)											,280	

Fonte: SPSS

Tabela 17 - Correlação \ AL e CR

		a9	r9	a8	r8	a7	r7	a6	r6	a5	r5	a4	r4
a9	Pearson Correlation	1	,951 ^{**}										
	Sig. (2-tailed)		,000										
r9	Pearson Correlation	,951 ^{**}	1										
	Sig. (2-tailed)	,000											
a8	Pearson Correlation			1	,995 ^{**}								
	Sig. (2-tailed)				,000								
r8	Pearson Correlation			,995 ^{**}	1								
	Sig. (2-tailed)			,000									
a7	Pearson Correlation					1	,905 ^{**}						
	Sig. (2-tailed)						,000						
r7	Pearson Correlation					,905 ^{**}	1						
	Sig. (2-tailed)					,000							
a6	Pearson Correlation							1	,993 ^{**}				
	Sig. (2-tailed)								,000				
r6	Pearson Correlation							,993 ^{**}	1				
	Sig. (2-tailed)							,000					
	N							31	31				
a5	Pearson Correlation									1	,993 ^{**}		
	Sig. (2-tailed)										,000		
r5	Pearson Correlation									,993 ^{**}	1		
	Sig. (2-tailed)									,000			
a4	Pearson Correlation											1	,995 ^{**}
	Sig. (2-tailed)												,000
r4	Pearson Correlation											,995 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)											,000	

Fonte: SPSS

Tabela 18 - Correlação \ AL e RC

		a9	r9	a8	r8	a7	r7	a6	r6	a5	r5	a4	r4
a9	Pearson Correlation	1	,974 ^{**}										
	Sig. (2-tailed)		,000										
r9	Pearson Correlation	,974 ^{**}	1										
	Sig. (2-tailed)	,000											
a8	Pearson Correlation			1	,976 ^{**}								
	Sig. (2-tailed)				,000								
r8	Pearson Correlation			,976 ^{**}	1								
	Sig. (2-tailed)			,000									
a7	Pearson Correlation					1	,893 ^{**}						
	Sig. (2-tailed)						,000						
r7	Pearson Correlation					,893 ^{**}	1						
	Sig. (2-tailed)					,000							
a6	Pearson Correlation							1	,985 ^{**}				
	Sig. (2-tailed)								,000				
r6	Pearson Correlation							,985 ^{**}	1				
	Sig. (2-tailed)							,000					
a5	Pearson Correlation									1	,985 ^{**}		
	Sig. (2-tailed)										,000		
r5	Pearson Correlation									,985 ^{**}	1		
	Sig. (2-tailed)									,000			
a4	Pearson Correlation											1	,981 ^{**}
	Sig. (2-tailed)												,000
r4	Pearson Correlation											,981 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)											,000	

Fonte: SPSS

Tabela 19 - Correlação \ CR e RC

		c9	r9	c8	r8	c7	r7	c6	r6	c5	r5	c4	r4
c9	Pearson Correlation	1	,961**										
	Sig. (2-tailed)		,000										
r9	Pearson Correlation	,961**	1										
	Sig. (2-tailed)	,000											
	N	31	31										
c8	Pearson Correlation			1	,976**								
	Sig. (2-tailed)				,000								
r8	Pearson Correlation			,976**	1								
	Sig. (2-tailed)			,000									
c7	Pearson Correlation					1	,964**						
	Sig. (2-tailed)						,000						
r7	Pearson Correlation					,964**	1						
	Sig. (2-tailed)					,000							
c6	Pearson Correlation							1	,966**				
	Sig. (2-tailed)								,000				
r6	Pearson Correlation							,966**	1				
	Sig. (2-tailed)							,000					
	N							31	31				
c5	Pearson Correlation									1	,966**		
	Sig. (2-tailed)										,000		
r5	Pearson Correlation									,966**	1		
	Sig. (2-tailed)									,000			
c4	Pearson Correlation											1	,976**
	Sig. (2-tailed)												,000
r4	Pearson Correlation											,976**	1
	Sig. (2-tailed)											,000	

Fonte: SPSS

Anexo IV - Equações

Equação 1 - Rentabilidade Capitais Próprios

$$Return\ On\ Equity_n = \frac{Resultado\ Líquido\ Exercício_n}{Capital\ Próprio_n}$$

Fonte: CAIADO e CAIADO (2006)

Equação 2 - Rentabilidade Activo Financeiro

$$Rentabilidade\ Activo\ Financerio = \frac{Margem\ Financeira_n}{Activo\ Financeiro_n} \text{ ou } \frac{Produto\ Bancário_n}{Activo\ Financeiro_n}$$

Fonte: CAIADO e CAIADO (2006)

Equação 3 - Rentabilidade Activo c/Base Cash-Flow

$$[Rentabilidade\ Activo\ c|Base\ Cash - Flow]_n = \frac{Cash - Flow_n}{Activo\ Total_n}$$

Fonte: CAIADO e CAIADO (2006)

Equação 4 - Rentabilidade Capitais Próprios – Análise de Dupont

$$Return\ On\ Equity_n = Rentabilidade\ Activos_n * Alavanca\ Financeira_n$$

Sendo,

$$Rentabilidade\ Activos_n = Margem\ Financeira_n * Carga\ Operacional_n =$$

$$= \frac{Rendimento\ Juros_n - Encargos\ Juros_n}{Activo\ Médio\ Liquido_n} * \frac{Outros\ Rendimentos_n - Outros\ Custos_n}{Activo\ Médio\ Liquido_n}$$

E,

$$Alavanca\ Financeira_n = \frac{Activo\ Médio\ Liquido_n}{Capitais\ Próprios_n}$$

Fonte: CAIADO e CAIADO (2006)

Referências Bibliográficas

- Acín, J. A. M. (1994). "*The concentration process of banks and savings banks in Spain*". Papeles de Economía Española, 58, pp. 88-104.
- Barbetta, P. A., Reis, M. M., e Bornia, A. C. (2004). "*Estatística para cursos de engenharia e informática*". Brasil, Fundação de Ciência e Tecnologia de Santa Catarina.
- Bain, J. S. (1951). "*Relation of profit rate to industry concentration: American manufacturing*". Quarterly Journal of Economics, 65, pp. 293-324.
- Bain, Joe S. (1968). "*Industrial organization*". 2nd Edition, New York, John Wiley et Sons, Chapter 6.
- Barth, J. R., Caprio, G. et Nolle, D. E. (2004). "*Comparative international characteristics of banking*". Economic and Policy Analysis Working Paper , 1.
- Bento. P. (1988). "Concentração bancária: O caso Português entre 1992 e 1996". Lisboa, ISCTE, Tese Mestrado em Finanças Empresariais.
- Borges (1994), M. R. B., (1994), "*O sector bancário português: evolução recente, grupos estratégicos e perspectivas futuras*". Lisboa, ISEG , Tese Mestrado em Economia.
- Bourantas, D. et Mandes, Y. (1987). "*Does market share lead to profitability?*". Greece, School of Economics and Business Science, 20, pp.102-08.
- Boston Consulting Group Inc. (1986 - 1970), "*Perspectives on experience*". Boston.
- Buzzell, R. D., Gale, B.T. et Sultan, R.G.M. (1975). "*Market share – A key to profitability*". Harvard Business Review, 53. pp.97-106.
- Buzzell, R.D., Shcoefler, S. et Heany, D. F. (1971-74). "*Impact of strategic planning on profit performance*". Harvard Business Review.

- Buzzell, R.D. et Gale, B.T. (1986). *“Does market share still matter?”*. Cambridge, Strategic Planning Institute Working Paper.
- Buzzell, R. D. et Gale, B.T. (1987), *“The PIMS Principles: Linking strategic to performance”*. New York, Free Press.
- Cabido, J. (1999). *“Gestão crédito bancário”*. Lisboa, Edições Ulmeiro.
- Caiado, A. C. (1998). *“Gestão Bancária – Conceitos e Aplicações”*. Lisboa, Editora Internacional.
- Caiado, A. C. et Caiado, J. (2006). *“Gestão de Instituições Financeiras”*. Lisboa, Edições Sílabo.
- Campisi, D., Mancuso, P. et Nastasi, A. (2001). *“ R&D competition, absorptive and market shares”*. Journal os Economics Zeitschrift Fur Nationalokonomie, 73, pp.57-80.
- Caves, R. E. (1989). *“Mergers, takeovers and economic efficiency: foresight vs. hindsight”*. Holanda, International Journal of Industrial Organization, 7 , pp. 151-174.
- Chaplinsky, S. et Erwin, G. R. (2009). *“Great expectations: Banks as equity underwriters”*. Journal of Banking et Finance, 33, pp. 380-389.
- Comissão Europeia. (2010). *“O impacto da crise financeira no PIB, nos investimentos e na produção de bens de capital”*. Comissão Europeia, Assuntos Economicos e Financeiros.
- Conlisk, D.E. et Smallwood, J. (1979). *“Product quality in markets where consumers are imperfectly informed”*. Quarterly Journal of Economics, 93, pp. 1-23.
- Deltuvaitė, V. (2010). *“The concentration-stability relationship in the banking system: an empirical research”*. Lituania, Kaunas Univertisity of Techonology.

- Demsetz, H. (1973). "*Industry Structure, market rivalry, and public policy*". Journal of Law and Economics, 16, pp. 1-10.
- Domowitz, I., Hubbard, G. R., et Pattersen, B. C. (1986). "*Business cycles and the relationship between concentration and price-cost margins*". The Rand Journal of Economics, 17, pp. 1-17.
- Feeny, S. et Rogers, M. (2000). "*The role of market share and concentration in firm profitability: Implications for competition policy*". Journal of Economics Analysis and Policy, 30. pp. 115-132.
- Fershtman, C. et Judd, K. (1987). "*Equilibrium incentives in oligopoly*". American Economic Review, 77, pp. 927-940.
- Fisher, F. M., McGowan, J. J., Greenwood, J. E. (1983). "*On the misuse of accounting rates of return to infer monopoly profits*". American Economic Review, 73, pp. 82-97.
- Fok, D., Paap, R., et Franses, P. H. (2003). "*Modeling dynamic effects of the Marketing Mix on market share*". Erasmus Universaty Rotterdam Working Paper.
- Fu, X. et Heffernan, S. (2009). "*The effects of reform on China`s bank structure and performance*". Journal of Banking et Finance, 33, pp. 39-52.
- Gale. B.T. et Branch, B.S. (1982). "*Concentration versus market share: Which determines performance and why does it matter?*". Antitrust Bulletin, 27, pp. 83- 105.
- Ghosh, A. (2004). "*Increasing market share as a rationale for corporate acquisitions*". Journal of Business Finance et Accouting, 31, pp. 209-247.
- Jacobson, R. (1988). "*Distinguishing among competing Theories of the market share effect*". Journal of Marketing Working Paper, pp.68-80.

- Jacobson, R. et Aaker, D. A. (1993). “*Composite variables and the market share effect*”. Washington, Market Science Review, 12, 2, pp. 209-212.
- Jacquenin, A. (1990). “*Horizontal concentration and European merger policy*”. Holanda, European Economic Review, 34. pp. 539-550.
- Justino, Luís. (2007), “*Direcção Comercial*”. 2ª Edição, Lisboa: Lidel Editora.
- Kerr, S. (1975). “*On the folly of rewarding A, while hoping for B*”, Academy of Management Journal, 18, pp. 769-783.
- Kotler, P. et Keller, K. L. (2006). “*Marketing Management*”. Twelfth Edition, New Jersey, Prentice Hall
- Kuenh, A. A., et Weiss, D. L. (1962). “*How advertising performance depends on other marketing factors*”. Journal of Advertising Research, 2, pp. 2-10.
- Lancaster, G., Massingham, L. et Ashford, R. (2002), “*Essentials of marketing*”. 4th edition. Maidenhead, McGraw Hill
- LeBlanc, G. et Nguyen, N. (1996). “*Cues used by customers evaluating corporate image in service firms: an empirical study in financial institutions*”. International Journal of Service Industry Management, 7, pp. 44-56.
- Matos, P. V. et Rodrigues, V. (2000). “*Fusões e Aquisições: Motivações, Efeitos e Política*”. Lisboa, Editora Principia
- Melnik, A., SHY, O. et Steanbacka, R. (2005). “*Relative market share, leadership and competition in concentrated banking markets*”, International Center for Economic Research, 14.
- Metwally, M. M. (1993). “*Effectiveness of the advertising expenditure of Australian Banks*”. International Journal of Bank Marketing, 11, pp. 20-28.
- Mota, A. F., Santos, M. T. G. (2005). “*Estudos Correlacionais*”. Lisboa, Faculdade de Ciencias de Lisboa.

- Pautler, P. A. (2001). “*Evidence on Mergers and Acquisitions*”. Antitrust Bulletin, 243.
- Pereira, A. (2006). “*SPSS – Guia Prático de Utilização*”. 6ª Edição, Lisboa, Edições Silabo.
- Porter, M. E. (1980), “*Competitive Strategy*”. New York, The Free Press.
- Rao, R. C. et Rutenberg, D. P. (1979). “*Preempting an Alert Rival: Strategic Timing of the First Plant by Analysis of Sophisticated Rivalry*”. The Bell Journal of Economics, 10, pp. 412-28.
- Ritz, R. (2005). “*Strategic Incentives for Market Share*”. Department of Economics, Nuffield College, Oxford University.
- Ross, A. (2003). “*Gaining Market Share in Banks*”. Annuity Market News.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W. W. et Jaffe, J. F. (1990). “*Corporate Finance*”. Second Edition, Boston, Irwin.
- Scherer, F.M. et Ross, D. (1980). “*Industrial Market Share Structure and Economic Performance*”. Second Edicition, University of Illinois.
- Silva, A. G. (2006). “*Determinantes da margem financeira e da rentabilidade dos bancos: Portugal no periodo entre 1990 e 2004*”. Coimbra, Universidade de Coimbra, Tese de Mestrado em Economia.
- Silva, M. M. (1994). “*Controlo de concentrações na Comunidade Europeia*”. Lisboa, Universidade Católica Portuguesa, 8, pp. 133-199.
- Sousa, A. (2010). “*Coeficiente de Correlação*”. Açores, Universidade dos Açores, Departamento Matemática.
- Szymanski, D.M., Bharadwaj, S.G. et Varadairain, P.R. (2009). “*An analysis of the market share-profitability relationship*”. The Journal of Marketing, 57, pp. 1-18.

- Valente, H. (1999). “*Fusões e Aquisições: Contributos Teóricos para uma Nova Abordagem*”. Porto, Faculdade de Economia do Porto, Tese de Mestrado em Gestão.
- Vaz, J. J. L. (1999). “*Gestão Bancária*”. Lisboa, Universidade Aberta.
- Vaz, J. J. L. (1999). “*Análise Financeira Bancos*”. Lisboa, Instituto Formação Bancária.
- Vaz, J. J. L. (1999). “*Modelo explicativo causal da performance da empresa bancária*”. Lisboa, ISEG, Portuguese Journal of Management Studies, pp. 211 – 217.
- Vilar, E. T., (2004), “*Imagem da banca – Análise empírica de determinantes e efeitos*”. Lisboa, ISCTE, Tese de Doutoramento em Gestão.
- Weiss, D. L. (1968), “*Determinants of Market Share*”. Journal of Marketing Research, 5, pp. 290-295.
- Wensley, R. et Rumelt, R. (1980). “*In Search of the Market Share Effect*”. Los Angeles, University of California, Working Paper, 61.
- Weston, J. F., Chung, K. S. et Hoag, S. E. (1990). “*Mergers, Restructuring, and Corporate Control*”. 1ª Edição, New Jersey, Prentice Hall.